تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۱۵

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

سیدامیر طالبیان[۱] - احمد ملّاکی[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 گرو مسئولیت و پاسخگویی در برابر محیط اجتماعی، رسمی و ذینفعان خود ببینند، 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 هنجارهای 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 مؤسسه 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 مؤسسه به دو گروه عمده شامل ذینفعان داخلی(کارمندان مؤسسه) 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 کمّی 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 هسته های مشورتی در حوزه‌های مختلف مؤسسه با عضویت نمایندگان ذینفعان و همچنین تشکیل شوراهای برنامه‌ریزی و تصمیم گیری با مشارکت ذینفعان می‌تواند به افزایش همسویی وتحقق مطلوب‌تر مسئولیت اجتماعی در قبال آنها شود و در یک فرایند به بهبود وضعیت شاخص‌های مسئولیت اجتماعی مؤسسه منجر شود.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی، ذینفعان کلیدی، مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

---

۱. عضو هیئت علمی مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.
۲. پژوهشگر مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی. (نویسنده مسئول) (malaki@iies.net)
۳. پژوهشگر مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

مقدمه

امروزه یکی از ابزارهای مهم سازمان‌ها در دستیابی به توسعه پایدار، انجام مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی[1] 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 نمی توانند خود را با این مهم تطبیق دهند، موفق نخواهند بود. پیتر دراکر یکی از برجسته‌ترین 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 عواقب 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 قبال تأثیرات و پیامدهای تصمیمات و فعالیت‌هایش بر جامعه و محیط-زیست، به طور شفاف و اخلاقی است که مشارکت در توسعه‌ی 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).

1. Corporate Social Responsibility

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

طرح مسأله

به رغم مطرح شدن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سال۱۹۵۳، 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 برسند، 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 دنیا محسوب می‌شوند، 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 می‌باشند. 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 پشتوانه 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)

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

کاهش فقر(رویایی و مهردوست، 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 می‌باشد(کنفرانس بو آرد: گروه کاری GC 2005 به نقل از رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ۴۵-۴۶).

به طور کلی می‌توان 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 بر خوردار 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[1] -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 به‌عنوان 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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 وفاقی 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 ویژگی های 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 مشروعیت اقدامات سازمان، استفاده از مزایای ناشی از افزایش چندگانگی و افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، موفقیت سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد(همان، ۱۰۵). میرکمالی نیز در پی 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).

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 موردی 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 سازمان ها 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 می باشد(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 نگزان ارزیابی تاثیر اجتماعی[1]، **حقوق بشر**[2]، **مشاوره عمومی برای پروژه‌های جدید**[3]، مشارکت اجتماعی[4]، **گزارش نظارت و محک زنی و مشارکت کارکنان و ذینفعان خارجی بر روی موضوع پایداری**[5] 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[6] نیز به‌عنوان 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)

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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(ملاکی: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 اساسِ 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 برنده-برنده و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای بنگاه، زیربنای مفهومی موضوع مسئولیت

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

شرکتی است و موفقیت کسب‌وکار 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(براون و پگی، ۲۰۰۱).
اِندرلی و تاویس[1](۱۹۹۸)	خط مشی و تکنیکی ورای 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 داوطلبانه ادغام می‌کنند.
اسمیت(۲۰۰۳)	فرایند ایجاد ثروت، ارتقای مزیت رقابتی شرکت و حداکثر کردن ارزش، از ثروت ایجاد شده برای جامعه می‌بینند.
فرن چو ساورد[2]	وظیفه‌ای است برعهده موسسات خصوصی، به این معنا که تاثیر سوءبر زندگی اجتماعی که در آن کار می کنند، نگذارند. همچنین وظیفه ای است مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد. (فلمینگ، 2002 ، به نقل از خلیلی شجاعی و مشبکی، 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

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

به طور کلی می‌توان و با توجه به تعاریف ذکرشده 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 نباید خود را مستقل از محیط بیرونی خود و به اصطلاح «تافته جدا بافته» بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل یعنی محیط بیرونی و اجتماع بدانند و باید اهداف و فعالیت های 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(Bournc, 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 فعالیت‌هایش تأثیر می‌پذیرند، تا از این طریق بتواند پیامد فعالیت‌هایش 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،

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 متقاضیان 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 به‌عنوان 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 تاثیرگذار هستند و موسسه نیز با فعالیتهای خود مثل پرداخت به موقع به تعهدات مالی و ... بر آنها تاثیر گذار است.

- اساتید دوره‌های آموزشی

اساتیدی که در طول سال و در حوزه‌های مختلف به تدریس دوره‌های آموزشی مورد نیاز صنعت نفت در موسسه می‌پردازند، در زمره 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 دوگروه نیز به عنوان ذینفعان بیرونی به‌مراتب تاثیرگذاریشان کمتر از تاثیرپذیریشان است.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

- کاربران سایت

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

- متقاضیان حمایت از پایان‌نامه

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 ارائه‌ی خدمات مناسب به مشتریان و احساس مسئولیت سازمان‌ها در قبال مردم است. این استاندارد شامل راهنمایی‌هاست و الزامات را در بر نمی-گیرد(امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۳). این استاندارد بین‌المللی، تأکید ویژه‌ای بر نتایج و پیشرفت-های مربوط به اجرای مسئولیت اجتماعی دارد. همچنین، این استاندارد بین‌المللی با هدف مقید بودن برای تمامی سازمان‌ها اعم از خصوصی، دولتی، غیرانتفایی، بزرگ یا

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 برمی‌گیرند 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، SAC[1] و مدل تعالی سازمانی اشاره نمود.

کارول[2] 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 ابقای 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 مکتوب می‌باشد(جمالی و میرشاک، ۲۰۰۶). مسئولیت نوعدوستانه، تلاشی داوطلبانه از سوی سازمان به منظور رسیدگی به مسائل و معضلات جامعه است. این مسئولیت یعنی صرف نظرکردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری ها و کمکهای داوطلبانه که اکثر بحث و جدلها در مورد مشروعیت 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 اهداء می شود؛ در حالی‌که کمک‌های حکومتی مؤثر نیستند و بدلیل وجود تشریفات اداری و لزوم طی مراحل قانونی سرعت اعطای آن کمک‌ها بسیار پایین است.

1. Social Anchored Competencies
2. Archie Carroll

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 صدمات 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 تمرکز کند: ۱) جلوگیری از آسیبها و صدماتی که می تواند در نتیجه فعالیت‌های شرکت باشد ۲) انجام اهداف استراتژیک کسب و کار (سیفول، 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 می شود 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 برنامه ها و رویه های توسعه یافته توسط شرکت برای ابعاد اجتماعی و منافع ذینفعان، قابل تقسیم‌اند که شرکتها برای اجرای مسئولیت پذیری بکار می برند(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 CSRو 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).

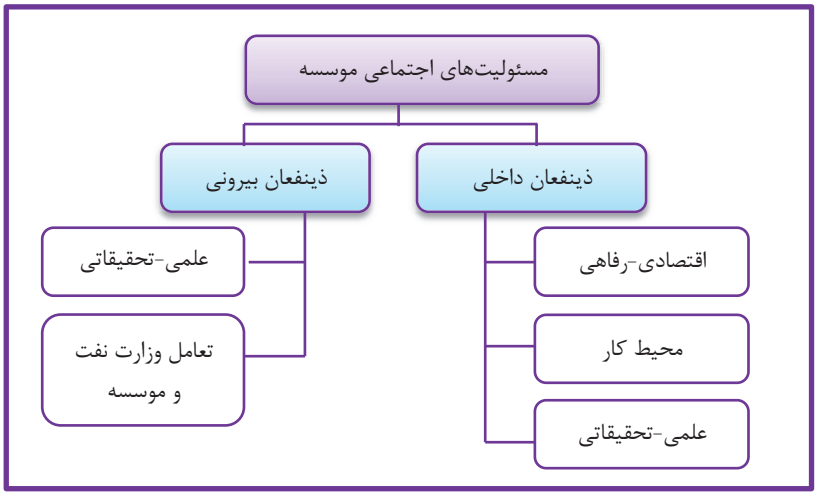
[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

مدل تعالی سازمانی نیز به‌عنوان 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 می دهند، جامعه نیز شرکت ها 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 شرکت ها 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 وتعارض‌ها 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 بعنوان 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 به‌منظور 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 کاملاًمتفاوت با مدل تعالی بوده و مدلی خاص برای موسسه می‌باشد.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

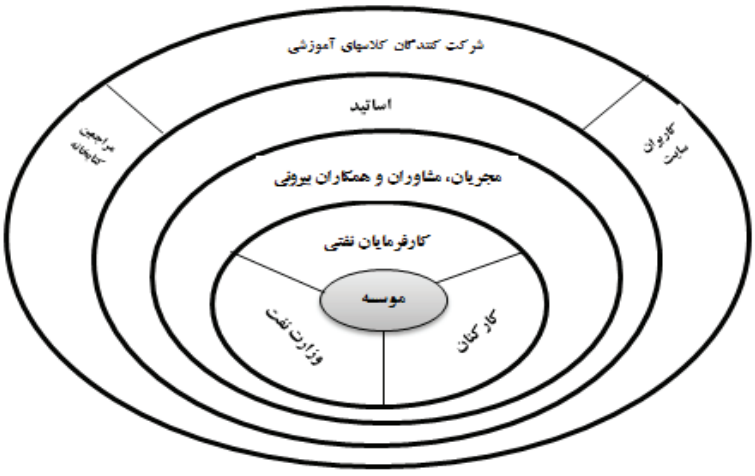
- **روش تحقیق**

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 متمرکز[1] استفاده شده به این ترتیب که یک جلسه با ذینفعان[2] 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 تکنینک پرسشنامه استفاده شده است. همچنین به منظور شناسایی ذینفعان مؤسسه از متدولوژی 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

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 دایره‌ایی ذینفعان نشان‌دهنده نمره بالاتر و همچنین تاثیرگذاری و تاثیرپذیری بیشتر بر فعالیتهای سازمان می‌باشند و لایه‌های بیرونی نیز نشان‌دهنده اهمیت کمتر این گروه از ذینفعان را نشان می‌دهد.



نمودار ۲. دایره ذینفعان مؤسسه

- **جامعه آماری و روش نمونه‌گیری**

جامعه آماری این تحقیق سه گروه از ذینفعان مؤسسه هستند که در نمودار دایره‌ایی ذینفعان بالاترین اولویت را از آن خود کرده‌اند و به‌عنوان 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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

مؤسسه- ازجمله معاونت منابع انسانی ستاد وزارت نفت، اداره کل نظارت بر صادرات و مبادلات مواد نفتی، پژوهش، مدیریت توسعه و فناوری شرکت ملّی 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 ملّی گاز و... در قالب پرسشنامه مصاحبه به عمل آمده است. در تحقیق حاضر جهت ارزیابی ذینفعان بیرونی با توجه به پراکندگی دایره‌ی 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**

مسئولیت های اجتماعی هر سازمان بنا به ماهیت، اهداف و ذینفعان آن با سازمان دیگر متفاوت است. بنابراین شاخص های مسئولیت های 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)، مسئولیت-های 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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

جدول ۲. تعریف عملیاتی مسئولیت‌های اجتماعی در قبال ذینفعان

ذینفعان مؤسسه	بعد	مؤلفه	شاخص
ذینفعان داخلی	اقتصادی- رفاهی	-	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
	محیط کار	ایمنی و سلامتی فیزیکی و روانی کارکنان	کیفیت نحوه طبخ و توزیع غذا و امکانات سرویس غذا خوری مؤسسه، پاکیزگی، نور، تهویه، سرو صدا و ... در محیط کار، برنامه ریزی برای متناسب ساختن برنامه کاری و زندگی کارکنان، ابزار و شرایط محیطی و کاری مناسب برای انجام مسئولیت واگذار شده
		آموزش و توانمند سازی 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 بروز خلاقیت و نوآوری کارکنان
		ترغیب، حمایت‌و تشویق کارکنان	تکریم و رفتار شاسیته مسئولین مافوق 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
		فرآیندهای درون سازمانی	فراهم کردن فضایی برای بیان آزادانه نظرات و مشکلات به مسئولین مافوق، خود داری مدیران از محول کردن کارهای شخصی خود به کارکنان، ارزیابی عملکرد کارکنان بر اساس معیارهای منصفانه، 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 بوروکراسی‌های غیر ضروری
	مسئولیت علمی- تحقیقاتی	-	تاکید بر کیفیت مقلات و پژوهش‌های پژوهشگران و نه کمیت آن‌ها، فراهم کردن امکان شرکت در سمینارهای بین‌المللی برای پژوهشگران، برقراری عدالت، انصاف و معیارهای علمی در تعیین کارکنان برتر، تسهیل دسترسی پژوهشگران به داده ها و اطلاعات مورد نیاز جهت انجام پروژه‌ها، ایجاد تناسب بین تعداد نیروهای پژوهشی هر پژوهشکده و گروه پژوهشی با حجم کاری موجود در آن، تفکیک امور اجرایی و پژوهشی پژوهشگران (تعدیل حجم امور اجرایی پژوهشگران و تمرکز بر امورپژوهشی)، آزادی عمل کارکنان برای انتخاب موضوعات پژوهشی بنیادی و استفاده از نظرات کارکنان جهت تدوین فعالیتها و برنامه‌های پژوهشی
ذینفعان بیرونی	مسئولیت علمی- تحقیقاتی	-	تبدیل مؤسسه به مرجع 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، برپایی همایش های علمی و آموزشی تخصصی نفت و گاز و انرژ یهای نو
	مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه	-	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 پرو پوزال 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 پروژه ها در جامعه‌ی نفت و گاز به اشکال مختلف و کانالهای متعدد و تأکید بر ارائه بموقع دستاوردها و نتایج پروژه‌ها و راه حل‌های کاربردی به وزارت نفت

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

- **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 ذینفع	ابعاد 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

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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. ۲۴,۲ درصد در دانشگاه‌های علمی-کاربردی، پیام نور و غیرانتفایی و بالاخره ۱۸,۲ درصد در دانشگاه آزاد مشغول به تحصیل بوده‌اند. لازم به ذکر است میانگین سابقه کار پاسخگویان معادل هشت سال برآورد شده است. بعلاوه۴۲,۶ 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 توأمان 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		
سطح تحصیلات	**فراوانی**	**درصد فراوانی**
کارشناسی	۱۰	۱۷,۹
کارشناسی ارشد	۱۹	۳۳,۹
دکترا و دانشجوی دکتری	۱۴	۲۵,۰
کاردانی و پایین‌تر	۱۳	۲۳
دانشگاه محل تحصیل		
دانشگاه	**فراوانی**	**درصد**
دولتی	۳۴	۵۷,۶
علمی کاربردی و پیام‌نور	۱۴	۲۴,۲
آزاد	۱۲	۱۸,۲
نوع کار در موسسه		
نوع کار	**فراوانی**	**درصد**
اجرایی-اداری	۲۵	۴۲,۶
پژوهشی	۲۱	۳۵
پژوهشی-اجرایی	۱۲	۲۰,۴
خدماتی	۲	۱,۹

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

- **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. به‌علاوه 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 ۴۷,۶درصد از موارد با فاصله بیش از یکسال بوده و در ۲۸,۶ درصد ماهیانه بوده است.

جدول ۵. ویژگی‌های ذینفعان بیرونی

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

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

- **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 طوری‌که 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 مراتب 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

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

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) می‌باشند. 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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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

ابعاد مسئولیت اجتماعی	اهمیت مسئولیت اجتماعی				ارزیابی مسئولیت اجتماعی			
	اهمیت کم	اهمیت متوسط	اهمیت زیاد	میانگین	خوب	متوسط	بد	میانگین
مسئولیت علمی-تحقیقاتی	۶,۷	۳۰	۶۳,۳	۷۱,۱۱	۲۷,۶	۵۱,۷	۲۰,۷	۵۴,۶۶
مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه	۳,۳	۱۳,۳	۸۳,۳	۷۹,۰۷	۱۵,۵	۴۱,۴	۴۳,۱	۴۱,۳۸
کل	۵	۲۸,۳	۶۶,۷	۷۵,۴۵	۱۵,۵	۴۴,۸	۳۹,۷	۴۸,۲۸

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 انجام‌شده 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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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

ذینفعان	ابعاد مسئولیت اجتماعی	موانع تحقق مسئولیت اجتماعی در مؤسسه
ذینفعان داخلی	اقتصادی و رفاهی	محدودیت منابع مالی و عدم تأمین کافی منابع مورد نیاز برای انجام فعالیت‌های پژوهشی مانند شرکت در سمینارهای بین‌المللی
		رضایت پایین کارکنان از امکانات رفاهی
		محدودیت‌های مالی در بکارگیری نیروهای جدید
	محیط کار	ترجیح روابط بر ضوابط و نبود شاسیته‌سالاری
		وجود روابط عمودی و سلسله مراتب
		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
		جزیره‌ای عمل کردن واحدهای مختلف
	مسئولیت علمی- تحقیقاتی	عدم انطباق بین رشته‌های تحصیلی و تجارب کاری برخی کارکنان
		عدم شفافیت معیار های ارزیابی پژوهشگران
		توجه به کمیت امور علمی-پژوهشی و نه کیفیت آن‌ها
		عدم تفکیک امور اجرایی-اداری و پژوهشی برای پژوهشگران
		کم توجهی به دستاوردهای علمی و پژوهشی مؤسسه و برخی دوباره‌کاری‌ها
		اولویت یافتن رتبه مؤسسه در وزارت علوم نسبت به کیفیت خروجی مؤسسه
ذینفعان بیرونی	مسئولیت علمی- تحقیقاتی	نبود تمرکز بر وظایف اصلی مؤسسه مانند گردآوری آمارهای انرژی
		نبود بانک اطلاعاتی جامع از پروژه‌ها، دستاوردها و یافته‌های مؤسسه
		عدم استفاده از اطلاعات به روز و کارآمد بین المللی در حوزه نفت
		محدودیت در بکارگیری افراد متخصص در پروژه‌های مطالعاتی
		محدود بودن فعالیت‌ها به انجام مطالعات و پژوهش‌های راهبردی
		عدم برگزاری کافی همایش‌ها و سمینارها و نیز اطلاع رسانی ناکافی از انجام آنان
		برخورد محرمانه با پروژه های تحقیقاتی و عدم اطلاع رسانی شفاف
		کمبود تعامل بین دانشگاه ها و مؤسسه
	مسئولیت تعاملی وزارت نفت و مؤسسه	عدم نیازسنجی 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 سابقه نفتی و متخصصان حوزه نفت و گاز
		نبود رویکرد مسأله گرایی و مسأله محوری در صنعت نفت و بالتبع مؤسسه
		عدم اطلاع رسانی از نتایج و پروژه‌های انجام شده به سایر مجموعه‌های وزرات نفت
		عدم کاربردی بودن نتایج طرح‌های پژوهشی و مطالعات و تحقیقات انجام شده
		عدم تأکید بر پژوهش در خصوص یافته‌های علمی و کاربردی برای وزارت نفت
		در حاشیه بودن مؤسسه نسبت به سایر سازمانهای وزارت نفت

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 این‌است 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 مصداق عملی انجام مسئولیت اجتماعی تلقی می‌شود. از سوی دیگر و از آنجائیکه هنوز انجام مسئولیت اجتماعی توسط سازمانها، الزامی 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 موسسه 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 پروژه های اجرایی و فعالیتهای تحقیقاتی، امید به

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 بسترسازی لازم برای ارتباط متقابل و کارآمد پژوهشگرانِ 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 دوره های آموزشی و تخصصی بیشتر در زمینه انرژی و جذب نیروهای متخصص دانشگاهی و برگزاری همایش ها و سمینارها با همکاری دانشگاه ها 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 می-شود مؤسسه تعامل خود را با بدنه صنعت نفت و متخصصین و مشاورین باسابقه نفتی بیشتر کند تا از این طریق نیازمندی‌های واقعی صنعت نفت شناسایی شوند و پروژه‌های مؤسسه بر مبنای این نیازها طراحی گردند. بنابراین لازم است تا توانمندی‌های مؤسسه درجهت 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 می-گردد. همچنین ارتباط با سایر مراکز پژوهشی صنعت نفت مانند پژوهشگاه صنعت نفت، دانشگاه صنعت نفت، پژوهش و فناوری ۴ شرکت اصلی، به منظور تقویت جنبه های علمی و فنی پروژه‌ها و فعالیت‌های خود و نیز همکاری و تعامل بیشتر با شرکت های 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، به‌طور داوطلبانه با شناسایی و ارزیابی نظرات ذینفعان، مسئولیت‌های اجتماعی خود را در قبال آنان انجام دهد. بنابراین هرچند ممکن است اکنون کاستی‌های در این

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 دوره‌ایی شاخص‌های مسئولیت اجتماعی، برای ارتقای آن و رضایت ذینفعان خود برنامه‌ریزی کند تا از یک طرف سازمانی کارآمد تلقی شود و از طرف دیگر به‌عنوان 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 به‌دلیل بسترسازی کنونی برای انجام آنها به‌مراتب بهتر خواهد بود.

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

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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 متدولوژی دایره‌ای ذینفعان و کاربرد مدل عملی برای مدیریت ذینفعان در پروژه‌های برون سپاری حوزه شهرداری، کنفرانس بین-المللی مدیریت پروژه.

۶. خلیلی شجاعی،وهاب، مشبکی،اصغر،(۱۳۸۹)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها (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،ساسان و نجاتی،مهران(۱۳۹۲)، مسئولیت‌اجتماعی، 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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

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.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-08]