



## سیر تکوینی پاسخگویی اجتماعی سازمانی و ارائه مدلی برای بسط مفهومی آن در سازمانهای ایرانی

کیومرث احمدی (نویسنده مسؤل)

دانشجوی دکترای مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین  
و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

Email: ahmadi1218@yahoo.com

سید مهدی الوانی

استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبایی

غلامرضا معمارزاده طهران

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

تاریخ دریافت: ۹۰/۲/۲۰ \* تاریخ پذیرش: ۹۰/۷/۷

### چکیده

این تحقیق به بررسی ضرورت توجه سازمانها به تبعاتشان در جامعه اشاره داشته و جهت خروج از یک عدم اجماع معناساختی و چارچوب ساختاری حوزه اجتماعی سازمانی، به دنبال تعریف محوری است تا بتواند به صورت عملی، راهبردی و اساسی به مسأل و تبعات اقدامات سازمان در جامعه پاسخ دهد که در این میان اصطلاح پاسخگویی اجتماعی سازمانی بعنوان مفردی جهت خروج از این سردرگمی محسوب می گردد. هدف پژوهش: تحقیق بر حسب هدف از نوع توسعه ای - کاربردی و برحسب روش از نوع همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری بوده که نمونه گیری در این تحقیق به صورت غیر احتمالی با بهره گیری از نخبان و جمع آوری اطلاعات با استفاده از پرسشنامه و به روش دلفی می باشد. روش کار پژوهش: ضمن اشاره به سیر تکوینی اصطلاح پاسخگویی اجتماعی سازمانی به بسط مفهومی آن پرداخته که با تحلیل عاملی سه مرحله ای و با بهره مندی از نرم افزار LISREL به آزمون رابطه شاخص ها با مؤلفه ها در مرحله اول، رابطه مؤلفه ها با ابعاد در مرحله دوم و رابطه ابعاد با مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی در مرحله سوم می پردازد. نتایج پژوهش: شناسایی شاخصها، مؤلفه ها و ابعاد مفهوم پاسخگویی اجتماعی متناسب با سازمانهای ایرانی که این امر می تواند منجر به مدلی برای ارزیابی میزان پاسخگویی اجتماعی در سازمانهای ایرانی گردد.

**واژه‌های کلیدی:** ممیزی اجتماعی، مسؤلیت پذیری اجتماعی سازمانی، پاسخگویی اجتماعی سازمانی، معادلات ساختاری.

## ۱- مقدمه

در شرایط فعلی، رعایت مسأله اخلاقی، اجتماعی و زیست محیطی برای سازمانهای مختلف به ویژه صنعتی از حد یک شعار و توصیه فراتر رفته و متمایل به عملیاتی نمودن پیدا کرده است. امروزه مدیری در کار خود می تواند موفق باشد که علاوه بر داشتن مهارتهای فنی، به دانش سیاسی و بینش اجتماعی نیز مجهز باشد. ارج نهادن به منافع عامه و توجه به خواستههای اجتماعی از زمره مسأله‌ها است که مدیران در کنار اهداف سازمان باید بدان بهای فراوان دهند. در عصر ما مدیر موفق کسی نیست که صرفاً اهداف اقتصادی و فنی را فرا روی خود قرار دهد بلکه کسی است که اهداف سازمان را در کنار منافع عامیانه و سیاستهای کلی جامعه ارزیابی و ارزشگذاری کند. (Alvani, 2009). رعایت اخلاق کسب و کارها و مسؤلیتهای اجتماعی از سوی سازمان سبب افزایش مشروعیت اقدامات سازمانی و بهبود مزیت رقابتی شده و موفقیت سازمان را به همراه می آورد (Rahmanseresht, 2009). امروزه سازمانها و کسب و کارها با چالش جدیدی روبرو شده اند به طوریکه جهت بقا و موفقیتشان لازم است بین نظامهای اقتصادی و اجتماعی شان رابطه ایجاد کنند، عملکرد اجتماعی سازمان<sup>۱</sup> هم برآوردکننده ارزشهای اخلاقی و هم ارزشهای مالی سازمان است. (Marc, 2000). عملکرد اجتماعی سازمانی امروزه موضوع مهمی برای خط مشی گزاران عمومی و مدیران و ذی نفعان سازمانی شده است. مگ گایر (۱۹۸۸) بیان می‌دارد که شاید عملکرد اجتماعی منجر به کسب منفعت در سازمان گردد اما این یک دلیل محدود برای اعمال عملکرد اجتماعی سازمانی محسوب می‌گردد و دلیل وجود اعمال مذکور فراتر از اینهاست (Barbara et al., 1994). لازم است که یک مدیر بدانند چه کاری از نظر اخلاقی و اجتماعی درست است و بدون اینکه کار سازمانش را دچار مشکل کند آنرا انجام دهد (Ciulla, 1991). مدیران امروزی باید ابعاد اجتماعی و عمومی حرفه خود را شناخته و از آثار سازمان خود بر محیط اجتماعی آگاه باشند. مدیران باید از جزءنگری و شیفتگی صرف به اهداف سازمانی خود دست بردارند (Alvani, 2007). اندیشمندان زیادی تلاش کردند تا چارچوبهای نظری را جهت طراحی و ارزیابی نقش و اثرات سازمان در جامعه توسعه دهند اما یک عدم اجماع در معناساختی، چارچوب ساختاری، گفتمان و همچنین ارزیابی در این خصوص دیده می‌شود که لازمست یک کانون و محوریتی جهت سامان به این تعدد معنایی، تعریف و شناسایی گردد (John et al., 2006). سازمان و جامعه هرکدام به سطح بالایی از مفاهیم و نظریات بنیادی دست یافته اند و زمان آن رسیده که با ایجاد تعامل میان این مقولات به اصول مسؤلیت و پاسخگویی اجتماعی رسید. تحقیق بدنبال پاسخی به خلا مطالعاتی درخصوص تعریف مدلی جهت بسط مفهوم پاسخگویی اجتماعی برای سازمانهای ایرانی است.

در ابتدا تعاریفی از پاسخگویی ارائه می‌گردد و سپس به تعریف مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی پرداخته می‌شود. پاسخگویی در زبان های مختلف دنیا مفاهیم گوناگونی را شامل می‌گردد. در زبان های فرانسوی، اسپانیایی و ایتالیایی پاسخگویی معادل مسؤلیت تعریف شده است، در حالیکه اوهر<sup>۲</sup> این مسأله را نفی کرده و معتقد است که این دو واژه معادل یکدیگر نیستند و پاسخگویی را باید همانند تصویر مسؤلیت در یک آینه در نظر گرفت (Uhr, 1992). پاسخگویی مفهوم پیچیده‌ای دارد. پاسخگویی ابزاری است برای دادن توضیح متعهدانه اعمال و تصمیمات یک فرد یا نهاد به نهاد دیگری که همراه آثار حقوقی، سیاسی و اداری لازم است. احساس پاسخگویی در مقابل جامعه، سازمانها را از ورود به کژراهه و غلتیدن در نگرشهای آمرانه و یکسونگرانه باز می‌دارد (Ghodaverdi, 2004). پاسخگویی نیروی پیش برنده‌ای است که بر بازیگران کلیدی فشار وارد می‌آورد تا درقبال عملکرد خود مسؤل باشد و از عملکرد خوب خدمات عمومی اطمینان حاصل نمایند (Monavvarian, 2010). تلقی از پاسخگویی، یک الزام جهت تطبیق و سازگاری با محیط است. پاسخگویی به عنوان یک برنامه استراتژیک در جهت بهبود مستمر و تداوم روند بهینه سازی و رشد و همچنین ایجاد اعتماد عمومی در راستای بهبود کیفیت زندگی اجتماعی می‌باشد (Bagheri, 2007). پاسخگویی مجموعه‌ای از روابط اجتماعی است که براساس آن شخص برای توضیح و

<sup>۱</sup>. Corporate Social Performance(CSP)

<sup>۲</sup>. Uhr

توجیه رفتار خود با دیگران و سایرین احساس تعهد می‌کند. به عبارت دیگر فرد اجبار و اصرار دارد به توضیح و توجیه روابط خود با سایر افراد بپردازد. پاسخگویی یکی از راه‌های ایجاد اعتماد عمومی است (Alvani & Danaeefard, 2001). پاسخگویی در حقیقت نوعی ارائه گزارش است. گزارشی که اطلاعات را در زمان، مکان و شکل مناسب در اختیار تصمیم‌گیرندگان قرار می‌دهد. پاسخگویی قبول مسؤلیتهای شخصی چه در مقابل دیگران و چه در مقابل خویشان است. قابلیت پاسخگویی یعنی داشتن توانایی برای بکارگیری دانش در توجیه فعالیتهای، که در مورد یک سازمان به این معنی است که دانش پاسخگویی بتواند علاوه بر یادگیری فردی به دیگر افراد، به واحدها و نقشها نیز تعمیم یابد (Klimoski & Inks, 1990). لازمه تعریف پاسخگویی اجتماعی سازمانی این است که تعریف و درک درستی از مفهوم مسؤولیت پذیری اجتماعی داشته باشیم. ایجاد باور اعتقاد به مسؤولیت اجتماعی سازمانها، سنگ بنای مدیریت مسأل عمومی است (Ghahedi, 2010). در اندیشه مدیریت مسأل عمومی سازمانها با یک تغییر نقش روبرو شده اند به طوریکه از یک نهاد صرفاً اقتصادی به یک نهاد اقتصادی- اجتماعی تبدیل شده اند (Buchholz, 1985). مسؤولیت اجتماعی رفتاری اخلاقی و پاسخگو نسبت به تبعات سازمانی در قبال تمامی ذی نفعان است (Hopkins, 2004). یعنی اثربخشی امر مذکور در تحقق خواسته های ذیربط همه ذی نفعان و رضایتمندی آنان است. مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمان از دهه ۶۰ میلادی به بعد مورد توجه اندیشمندان و مدیران زیادی قرار گرفته و مفهوم میثاق بین کسب و کار- جامعه را دچار تغییر و تفسیر دیگری کرده، به طوریکه در آن علاوه بر توجه به داده های اقتصادی در فرآیند تبدیل، به داده های اجتماعی و زیست محیطی نیز توجه می شود. مسؤولیت پذیری اجتماعی یعنی اینکه سازمانها برای حل مسأل اجتماعی مساعدت نموده و خود را مسؤل بدانند. مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمان مردم پسند شده و به گفته مورفی<sup>۳</sup> صحیحتر و مثبت تر از مسؤولیت پذیری اجتماعی می باشد و آن شرکت هایی که نگران نقششان در اجتماع اند برحسب مسؤولیت های خود، پاسخگویی اجتماعی مناسبی را انجام می دهند (Arlow, 1982). تفاوت پاسخگویی اجتماعی با مسؤولیت پذیری اجتماعی در نحوه پاسخ و طریقه برخورد با مسأل عمومی است. در دهه اخیر پاسخگویی سازمانها به شهروندان موضوع حساسی شده و سازمانها بر اثر فشارهای مردمی می خواهند که کارا تر و اجتماعی تر باشند. سازمانها باید این مسؤولیت را حس کنند که مشکلات جامعه بخشی از مشکلات آنان بشمار می آید و باید نسبت به حل و فصل آنها همت گمارند و بخشی از امکانات مالی و انسانی خود را در این راه بکارگیرند. اخیراً مفهوم مسؤولیت پذیری اجتماعی به پاسخگویی اجتماعی تغییر یافته که اشاره به قدرت پاسخگویی سازمان در برابر فشارهای جامعه دارد (Alvani, 2007). سیر تکامل مشارکت اجتماعی سازمانی از تعهدات اجتماعی شروع و به مسؤولیت اجتماعی رسیده و در نهایت به پاسخگویی اجتماعی سازمانی ختم می شود (Nikomaram & Faizabadi, 2010). در پاسخگویی اجتماعی، سازمانها به مشابه شرکایی در کنار نهادهای جامعه اند و تلاش دارند تا به حل مشکلات جامعه بپردازند و در نهایت سطح رفاه و کیفیت زندگی اجتماعی مردم جامعه را با رعایت برآورده نمودن نیازهای تمامی طرفهای ذینفع بالاتر رود (Boone & Kurtz, 2002). احساس مسؤولیت در قبال نتایج، آثار و تبعات تصمیمات و فعالیت سازمانها در جامعه دلیل وجودی مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی است. آکرمن و بائر، پاسخگویی اجتماعی سازمانی را یک وظیفه مدیریتی می دانند که دربرگیرنده تصمیماتی است که سازمان را از منظر اجتماعی پاسخگو می نماید (Ackerman & Bauer, 1976). نگاه اخلاقی به پاسخگویی باعث خواهد شد که نسبت به چالشهای محیط پیرامونمان حساس شویم و برداشت ما از تغییرات محیط معنادار گردد. می توان ادعا نمود که تمام تلاش صاحبانظران پاسخگویی آنست که مفهوم و فرآیند پاسخگویی به عنوان یک فرهنگ در سازمانها و حتی جامعه جاری و نهادینه شود. استاندارد AA11000 بر داوطلبانه حساب پس دهی، بازرسی و گزارش دهی عملکرد اجتماعی و اخلاقی سازمانها تأکید می‌شود و یک فرآیند تضمین و تعهد را در برابر ذی نفعان فراهم می‌آورد (Rafieezade, 2006).

البته باید این مطلب را نیز خاطر نشان کرد که مسؤولیت اجتماعی با پاسخگویی اجتماعی رابطه ای دو جانبه را برقرار می کند بر این مبنا «پاسخگویی» تعهد در قبال مسؤولیت واگذار شده است. وادوک (۲۰۰۴) معماری معناساختی و تعدد در این خصوص را

<sup>3</sup>. Corporate Social Responsibility

<sup>4</sup>. Morphy

اینگونه به نمایش گذاشته است مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، پاسخگویی اجتماعی سازمانی، صداقت اجتماعی سازمانی<sup>۵</sup>، آیین اجتماعی سازمان<sup>۶</sup>، روابط اجتماعی سازمانی<sup>۷</sup>، عملکرد اجتماعی سازمانی، درگیری اجتماعی سازمانی<sup>۸</sup>، اعتبار اجتماعی سازمانی<sup>۹</sup>، شهروندی سازمانی<sup>۱۰</sup> گاهی در مفاهیمی مشابه بکار می‌روند و سبب سردرگمی می‌گردد. (John et al., 2006). دونوود در ۱۹۹۱ با رعایت مدل کوکران و وارنیک (۱۹۸۵) و مدل کارول (۱۹۷۹) اظهار داشت، مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی می‌تواند مفر و راهی جهت خروج از بن بست تعاریف و سردرگمیهای معناشناختی درخصوص عملکرد اجتماعی سازمانی تلقی گردد (Peter, 2001). فردریک کران (۲۰۰۴) اشاره می‌کند که درمیان مفاهیم جدید، مفهوم پاسخگویی اجتماعی است که متاسفانه زیاد رشد نکرده است و می‌تواند شکل اساسی تر و راهبردی و سازمانی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی باشد و در آن سازمانها می‌توانند بصورت واقعی به انتظارات اجتماعی پاسخ دهند (Jenny, 2006). تأکید زیادی از سوی اندیشمندان مختلف درخصوص تعهد، مسؤولیت و پاسخگویی سازمان در قبال تبعات فعالیتهايش بر سه حوزه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی شده اما فاقد انسجامی نظاممند و بسط یافته درخصوص مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی هستیم. پاسخگویی اجتماعی مجموعه اقداماتی است که سازمان درجهت برآورده شدن انتظارات و خواسته های محیط اجتماعی بکار می‌برد (Ghivvarian, 2001). بدیهی است که هیچ سازمانی یک شبه به این بلوغ نمی‌رسد که نسبت به مشکلات و مسائل اجتماعی به ایفای پاسخگویی اجتماعی بپردازد و این امر یک فرآیند زمان بر است به طوریکه نیازمند ایجاد و گسترش نگرشها و برداشتها، کارها، سیاستها و برنامه‌های جدیدی است. مراحل فرآیند پاسخگویی اجتماعی سازمانی به شرح ذیل است:

الف) مرحله خط مشی: این مرحله اولین مرحله آگاهی اجتماعی است و سازمان بدینوسیله قادر به دیدن بخشهایی از محیط است که از سازمان خواستار و طلب پاسخگویی می‌کنند. (درخواستها، تذکرات، گلایه‌ها به نوعی از سازمان می‌خواهند که نسبت به آنها پاسخگو باشد) که به اتخاذ یک سیاست و خط مشی می‌انجامد.

ب) مرحله یادگیری: بعد از معلوم شدن مشکل و مسئله اجتماعی و اتخاذ یک خط مشی عمومی، سازمان باید یاد بگیرد که چگونه به مقابله مشکل بپردازد که لازم است آموزشهای اداری و فنی مورد نیاز در این خصوص صورت بپذیرد.

ج) مرحله تعهد سازمانی: این مرحله، آخرین مرحله جهت نیل به یک پاسخگویی کامل اجتماعی می‌باشد که لازم است تا سازمان خط مشی اجتماعی و عمومی جدیدش را نهادینه کرده و در این مرحله، کل سازمان به خط مشی اجتماعی متعهد گردند (Alvani & Ghasemi, 1994).

مسؤولیتها و تعهدات اجتماعی اگر چه به ظاهر موضوعی مدرن است اما در شکل سنتی اش در اکثر جوامع قابل پیگیری است. مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی به ارائه روشهایی می‌پردازد که سازمانها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می‌کنند و پاسخگویی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی و اخلاقی اجتماعی آنان هستند (Kavvosi, 2010). بگفته اسپوزیتو، اگر ما بحث مسؤولیت در قبال مسائل اجتماعی را تعهد در خصوص پیامدهای فعالیت های اقتصادی تعریف کنیم این موضوع از تاریخ باستان تا این دوره مدرن وجود داشته است و قابل استناد است. فعالیت های اقتصادی و تصدیگری همواره تمایل به بهره‌گیری بیشتر از منابع طبیعی دارند و در پیوستاری قرار می‌گیرند که سر طیف بهره‌گیری بیشتر از منابع طبیعی و سر دیگر طیف کسب رضایت جامعه است (Ecimovic & Esposito, 2008). در ۱۷۶۰ سال قبل از میلاد حمورابی منشور حمایت و حفاظت از کودکان و زنان و اقشار ضعیف جامعه را برای حکومتش صادر کرد. در زمان لویی پادشاه فرانسه قوانینی برای حفاظت از جنگلهای آن کشور ارائه شد. از انقلاب صنعتی به بعد بالاخص قرن ۱۹ میلادی کارگران نیز پیگیر مسؤولیت سازمانها در قبال آموزش، مسکن و بهداشتی خود و خانواده هایشان شدند (Ibid, p:2). بعد از دوره اقتصاد کلاسیک و تمایل شرکتها و سازمانها به رها کردن نقشهای اجتماعی خود و ناتوانی آنها در کسب رضایت جامعه، این مورد سبب پیدایش دولتهایی بنام دولت رفاه

<sup>5</sup> - Corporate Social Rectitude(CSR)

<sup>6</sup> - Corporate Social Religion(CSR)

<sup>7</sup> - Corporate Social Relationship(CSR)

<sup>8</sup> - Corporate Community Involvement(CCI)

<sup>9</sup> - Corporate Social Reputation(CSR)

<sup>10</sup> - Corporate Citizenship (CC)

گشت که داعیه خدمتگذاری در همه حوزه ها را به شهروندان داشتند و رسالت خود را رفاه و سعادت جامعه عنوان نمودند که این امر سبب نهادینه شدن این نوع دولتها در بطن جامعه شد اما بعدها این نوع دولتها درخصوص پاسخگویی به جامعه ضعیف عمل کردند و مدیریت دولتی نوین که پاسخگوتر و برآورد کننده نیازهای شهروندان بود جایگزین آن شد (Alvani, 2000). در دهه ۱۹۳۰ تئودور کرس مفهوم ممیزی اجتماعی را برای سازمانها مطرح کرد که مقدمه ای برای رفاه اجتماعی و توسعه مفهوم گزارش گیری اجتماعی سازمانها شد (Ecimovic & Esposito, 2008). در سال ۱۹۳۸ چستر بارنارد اذعان می‌دارد که مدیران باید در تصمیم‌گیری‌های سازمان جنبه‌های اقتصادی، قانونی، اخلاقی، اجتماعی و فیزیکی در محیط را رعایت کنند (Brenda & Dinah, 2002). در حالیکه بارنارد و سایمون توجه‌اشان بیشتر بر ابعاد اخلاقی رفتار فردی در سازمان بود اما پیتر دراگر<sup>۱۱</sup> (۱۹۴۵) تمرکزش بیشتر به مسؤولیت‌پذیریهای اجتماعی در سازمان بود. وی مسؤولیت‌پذیری عمومی را یکی از حوزه‌های کلیدی اهداف سازمانی می‌داند و به گفته وی لازم است در هدفگذاریها شرایط اجتماعی - سیاسی از سوی مدیریت رعایت گردد (Ibid, p:303). هربرت سایمون<sup>۱۲</sup> (۱۹۴۵) اشاره داشت که سازمانها باید فراتر از ملاحظات قانونی صریح، به ارزش‌های جامعه پاسخگو باشند و بگفته وی آن شرکتها و سازمان‌هایی رشد یافته‌اند که خودشان را با منافع عمومی درگیر و متعهد ساخته‌اند به طوریکه مسؤولیت و امانتداری آنها نسبت به جامعه فراتر از چارچوبها و محدودیت‌های قانونی است. (p:301, Ibid). در سال ۱۹۵۳ هاوارد باون اولین تعریف را از مفهوم مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی عنوان نمود و سازمانها را برای تدوین راهبردها و خط مشی‌هایی که ارزشها و اهداف جامعه را دنبال می‌کنند ترغیب نمود (Ecimovic & Esposito, 2008). در سال ۱۹۶۱ گویدر در کتاب سازمان پاسخگو مقوله ذی نفعان سازمانی و پاسخگویی به آنها را مطرح نمود و عنوان داشت که سازمانها در قبال ذی نفعان خود مسؤولند و حداقل باید به آنها حق حساب‌کشی بدهند. برخلاف این تئوری، ذی نفعان در همان زمان میلتون فریدمن اعتقادی به پاسخگویی در قبال همه ذی نفعان نداشت. (Ibid, p:3). در سال ۱۹۷۱ کمیته اقتصادی امریکا سیکلی سه محوره عملکرد اجتماعی سازمانها ارائه کرد:

لایه اول و درونی این سیکل عبارت بود از وظایف و فعالیت‌های اقتصادی

لایه دوم و میانی سیکل عبارت بود از وظایف اقتصادی سازمان اما با مراعات ارزشها و اولویت‌های اجتماعی

لایه سوم و برونی این سیکل عبارت بود از مسؤولیت‌های بدون شکلی که سازمانها برای پیشرفت در محیط اجتماعی به عهده داشتند (Carrol, 1979). آندروز<sup>۱۳</sup> (۱۹۷۱) اذعان داشت که شرکتها باید راهبردهای صریحی برای حمایت از نهادهای اجتماعی داشته باشند و از دیدگاه رفتار اخلاقی این یک خلق ارزش است. وی معنای اقتصادی - مالی هر شرکتی را در لوای معنای اخلاقی آن می‌دید. (Brenda & Dinah, 2002). در سال ۱۹۷۵ پراکاش سیتی یک مدل سه سطحی عملکرد اجتماعی سازمانی را ارائه نمود:

الف) سطح الزامات اجتماعی که عملکرد اجتماعی مبتنی بر الزام است و مسؤولیت سازمان مطابق با شکایات و فشارهای قانونی است در این سطح می‌توان سازمان را آماده انجام تعریف کرد.

ب) سطح مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی که در آن مسؤولیتها فراتر از شکایات است. اهداف اقتصادی سازمان به نفع اهداف اجتماعی سازمان تعدیل می‌شود و باید خواسته‌های اجتماعی را شناسایی و در پی حل آن بود. در این سطح سازمان را می‌توان مسؤل نامید

ج) سطح پاسخگویی اجتماعی سازمانی که در آن سازمان اهداف اقتصادی و اجتماعی اش را ترکیب و با رویکردی فعالانه و اثرگذار خود را با نیازهای جامعه سازگار می‌کند. مسأل اجتماعی آینده را پیش بینی و بصورت فعالانه و همراه با ذینفعان درصدد جلوگیری از مسأل مذکور است. مدیران در این سطح با تدبیر عمل می‌کنند. در این سطح می‌توان سازمان را متعهد یا درگیر تعریف کرد (Ecimovic & Esposito, 2008).

<sup>11</sup>. Peter Druker

<sup>12</sup>. Simon

<sup>12</sup>. Andrews

سلزنیك<sup>۱۴</sup> (۱۹۷۵) با معرفی یک سری از ارزشها، مهیاکننده بینشی است که دربردارنده ملاحظات اخلاقی و مسؤولیت پذیری اجتماعی است. سلزنیك مثل دراکر تشخیص داد که سازمانها ماهیتشان عمومی تر شده است و نیاز است تا سازمانها نسبت به رفاه اجتماعی تلاش نمایند (Brenda & Dinah, 2002). پراکاش سیتی (۱۹۷۵) برای اولین بار اصطلاح پاسخگویی اجتماعی سازمان را مطرح کرد (Peter, 2001). در سال ۱۹۷۶ آکرمن و بائر مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی را توسعه دارند و در تلاش بودند تا از طریق توسعه فرآیندهای داخلی مدیریت جهت پاسخگو نمودن اجتماعی سازمانها و انعطاف پذیری آنها به تغییرات بیرونی در محیط اجتماعی پاسخ دهند و پاسخگویی اجتماعی سازمانی را بعنوان معمایی نوین برای سازمان عنوان نمودند (Ackerman & Bauer, 1976). در ۱۹۷۹ کارول مدل سه بعدی مسؤولیت درقبال مسأل اجتماعی سازمان را ارائه داد:

بعد اول: گزارشگری اجتماعی

بعد دوم: شناسایی و تشخیص مشکلات اجتماعی مرتبط با گزارشگری اجتماعی سازمان  
 بعد سوم: فلسفه پاسخگویی و انگیزش سازمان برای پاسخ به چالشهای اجتماعی ذیربط با سازمان که نگرشی انسان دوستانه دارد (Ibid, p:4).

پراکاش سیتی مجدداً در سال ۱۹۷۹ درجهت بسط ادبیات مسؤولیتهای اجتماعی سازمان، چهار راهبرد را در خصوص استراتژیهای شرکت برای کاهش شکاف بین انتظارات اجتماعی و عملکرد شرکت ارائه داد:

استراتژی ۱: عملکرد شرکت تغییر نمی یابد بلکه درک عمومی از عملکرد شرکت را از طریق آموزش و اطلاع رسانی باید تغییر داد.  
 استراتژی ۲: اگر تغییر در درک عمومی ممکن نباشد نمادهای بکار رفته در عملکرد شرکت به موجب سازگاری با درک عمومی تغییر یابد نکته این است که تغییر واقعی در عملکرد شرکت صورت نگرفته و تغییر جنبه نمادین دارد.

استراتژی ۳: تلاش برای تغییر انتظارات اجتماعی از عملکرد شرکت از طریق آموزش و آگاه سازی  
 استراتژی ۴: اگر استراتژیهای نامبرده بالا ناموفق باشند آنگاه تغییر در عملکرد شرکت به خاطر همسو شدن با انتظارات جامعه صورت می گیرد (Prakash, 1979). فریمن (۱۹۸۴) مطرح کرد، سازمانها لازمست تا ذی نفعان چندگانه را راضی کنند. وی تأکید خاصی بر تعریف ضروریات اخلاقی در سازمان داشت اما آنها برای تصمیم کافی نداشت، بلکه داوطلبانه بودن این امر را نیز مهم می دانست (Dinah, 2004). در سال ۱۹۸۶ وارتیک و کوکران مدل اجتماعی سازمان را بیشتر بسط داده و عملکرد اجتماعی سازمان را عبارت از مسؤولیت پذیری اجتماعی، پاسخگویی اجتماعی و مدیریت مسأل عمومی عنوان نمودند (Wartick & Cochran, 1986).

الف- مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمان	ب- پاسخگویی اجتماعی سازمان	ج- مدیریت مسأل عمومی
۱) دیدگاه اقتصادی	۱) راهبرد انفعالی	۱) تشخیص مسأل
۲) دیدگاه قانونی	۲) راهبرد تدافعی	۲) تحلیل مسأل
۳) دیدگاه اخلاقی	۳) راهبرد تطابقی	
۴) دیدگاه صلاحدید	۴) راهبرد پیشگیرانه	
که منجر به گرایشهای فلسفی:	که منجر به گرایشهای نهادی:	که منجر به گرایشهای سازمانی:
*تدوین قرارداد اجتماعی سازمانها	*ظرفیت سازی پاسخ به تغییر شرایط اجتماعی	*تعیین خط مشی اجتماعی سازمان
*سازمان بعنوان یک عامل اخلاقی	*توسعه پاسخ دهی رویکردهای مدیریتی	*حداقل سازی غافلگیر شدن سازمانها

جدول شماره (۱): مدل سه مرحله عملکرد اجتماعی سازمان

در سال ۱۹۹۱ کارول هرم مسؤولیتهای استراتژیک سازمانها را موارد ذیل تعریف کرد که مسؤولیتهای اخلاقی و بشر دوستانه سازمانها همسو با مسؤولیت پذیری و پاسخگویی اجتماعی است:

الف) مسؤولیت اقتصادی: آنچه سازمان باید برای حداکثر سازی سود انجام دهد  
 ب) مسؤولیت حقوقی: آنچه سازمان مجبور و ملزم است که انجام دهد.

ج) مسؤولیت اخلاقی: آنچه سازمان بهتر است انجام دهد

د) مسؤولیت فداکارانه و انسان دوستانه: آنچه سازمان مایل است انجام دهد (Carrol, 1991).

همچنین در سال ۱۹۹۱ خانم دوناوود مدل دیگری برای عملکرد اجتماعی سازمان ارائه داد و آنرا بر دو حوزه ذیل استوار نمود:

الف) میزان توانایی سازمانی در تطبیق محیطی

ب) میزان توانایی سازمانی در پاسخ دهی به فشارهای اجتماعی و ذی نفعان.

خانم دوناوود مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی را یک نتیجه منطقی از این واقعیت دانست که سازمان و جامعه در هم تنیده هستند و از هم وجودی مجزا ندارند. پس جامعه انتظار رفتارها و نتایج مناسبی از کسب و کارها و سازمانها دارد. مدل خانم دوناوود توسعه دهنده یک استراتژی غیر بازاری خوب است که سه سطح دارد:

سطح اول شامل اصول مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی

سطح دوم شامل خط مشی گذاری و فرایندهای پاسخگویی اجتماعی سازمانی

سطح سوم شامل نتایج محسوس و مرتبط با مسأل اجتماعی سازمان (Ecimovic & Esposito, 2008).

در سال ۱۹۹۵ ریموند جونز و خانم دوناوود مدل عملکرد اجتماعی سازمانی را با چارچوب مدیریت ذینفعان معرفی نمودند که ملاحظه اثرات ذینفعان داخلی - خارجی و اثرات نهادی خارجی بر سازمان در نظر داشتند. که این نظریه تأکید بر ملاحظات محیطی دارد (Ibid, p:5). دوناوسون و پیرستون (۱۹۹۵) عنوان می‌دارند که پاسخگویی به ذی نفعان دارای دو رویکرد است:

الف) رویکرد هنجاری

ب) رویکرد ابزاری

در رویکرد هنجاری پاسخگویی به ذی نفعان سازمانی ذاتاً مطلوب و امری مبتنی بر اصول اخلاقی است. سازمان خوب سازمانی است که نسبت به ذی نفعانش پاسخگویی داشته باشد اما در رویکرد ابزاری پاسخگویی به ذی نفعان به خاطر نتایج و دستاوردهای مالی است (Barrett, et al., 2001). بیرچارد و آپستین در ۱۹۹۹ عنوان داشتند که بهبود در مؤلفه‌هایی مثل حکمرانی سازمانی، نظامهای مدیریتی، فرهنگ سازمانی، گزارش دهی به ذی نفعان داخلی - خارجی و ارزیابی عملیاتی - اجتماعی می‌تواند منجر به تحقق در مسؤولیت‌های اجتماعی در سازمان گردد. در سال ۱۹۹۹ سالیوان یک سری اصول جهانی را برای مسؤل بودن در قبال مسأل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کسب و کارها پیشنهاد داد شامل ابعاد ذیل است: آموزش و تعلیم کارکنانی که پیشرفت نکرده اند، حساسیت بیشتر نسبت به مردم و ارتقای کیفیت زندگی کارکنان و جامعه (Sullivan, 1991). الکینگتون ۱۹۹۹ برای سازمان درکنار گزارش گیری مالی به گزارش گیری سازمانی زیست محیطی و رعایت نمایه‌های اجتماعی نیز تأکید داشت. حساب دهی و پاسخگویی سازمان در سه حوزه مالی، اجتماعی و زیست محیطی موردنظر است (Zairi, 2000). در دهه‌های اخیر سازمانها و کسب و کارها تلاش جدی را برای کسب آگاهی از مسؤولیت پذیری اجتماعی و گزارش اجتماعی ذینفعان و ارتباط آن با مدیریت استراتژیک سازمانی شان آغاز کرده اند ولی این موضوع هنوز هم نوظهور و تازه است و در خصوص تبعات اجرا یا عدم اجرای خط مشی‌های ذیربط تحقیقاتی از سوی سیگه و مک ویلیامز در سال ۲۰۰۰ و سیگه و رایت در سال ۲۰۰۶ انجام شده است (Cynthia, 2007). پیتز کوک دریک تحقیق به رابطه بین مدل‌های تعالی، جایزه کیفیت و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی اشاره داشته است. وی مدل خود را EQA نامید و این مدل به همه ذی نفعان توجه دارد بگفته‌وی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و موضوع اخلاقیات حالتی را پدید آورده تا توجه قابل ملاحظه‌ای به سازمانها شود (Peter, 2001). لئونارد و مک آدام (۲۰۰۱) تلاش کردند تا مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را در مدل تعالی سازمان EFQM بیشتر مورد توجه و بسط قرار دهند. آنها تمایل داشتند تا مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی در نظام‌های TQM مشابه یک تاکتیک و تدبیر نگریسته شود و فراتر از تکیه‌گاهها<sup>۱۵</sup> و مقیاس‌های اخلاقی مطرح کنند. زیرا مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی و TQM هر دو با تکیه‌گاههای اخلاقی سازگاری دارند، که می‌طلبد سازمانها فراتر از دیدگاه ابزاری و انفعالی جهت

حفظ اعتبار سازمانی و مشروعیت اجتماعی اشان به صورت جامع در برگیرنده مسؤلیت پذیری اجتماعی سازمانی باشند (Ibid, p:293). مارک اورلیخی<sup>۱۶</sup> در ۲۰۰۳ ابعاد چهارگانه ذیل را بعنوان ابعاد عملکرد اجتماعی سازمان نام می برد:

الف) میزان افشاگریهای علیه سازمان

ب) میزان اعتبار و آبروی سازمان در جامعه

ج) وجود ارزشهای عملکرد اجتماعی سازمانی

د) وجود ممیزی اجتماعی در سازمان.

هایکینز در ۲۰۰۳ برای مدل ارزیابی پاسخگویی اجتماعی سازمانی ابعادی را تعریف کرد که براساس امتیازدهی به آنها می توان برآوردی از میزان پاسخگویی اجتماعی را تشخیص داد:

الف) تدوین آرمان اجتماعی

ب) وجود منشور اخلاقیات

ج) آموزش و تفهیم منشور اخلاقیات به کارکنان

د) تعهد مدیریت به اخلاقیات

ه) رعایت حقوق بشر

و) مشارکت دادن کارکنان

ز) ایجاد مشاغل پایدار در سازمان.

هایکینز (۲۰۰۴) همچنین ابعاد مالی، اجتماعی و زیست محیطی را درخصوص مسؤلیتهای اجتماعی در نظر داشت که براساس آن، فرانس و تیمو عنوان داشتند که لازم است توازنی بین اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در سازمانهای پاسخگو انجام گیرد. (Frans & Timo, 2004). در یک تحقیق دیگر چامیلا پریرا براساس ابعاد:

الف) میزان پایداری/عدم پایداری مسؤلیت سازمان در قبال مسائل اجتماعی

ب) کسب منفعت مستقیم سازمان/منفعت غیر مستقیم از مسؤلیت اجتماعی سازمان

سه نوع مسؤلیت پذیری سازمانی را درخصوص مسائل اجتماعی را معرفی نمود (Chamila, 2004). دومنیک و الیزابت یک نوع شناسی چهارگانه را از نظریات مطروحه درخصوص توجه به ابعاد اجتماعی سازمانی ارائه نمودند. این دو براساس محور نظریات مختلف یک نوع شناسی انجام دادند که به شرح ذیل است (Elisabet & Domenec, 2004):

نوع نظریات	محور نظریات	اندیشمندان منتخب	مشخصات نظریات
نظریات ابزاری	تمرکز بر اهداف اقتصادی از طریق فعالیتهای اجتماعی	فریدمن (۱۹۷۹) جانسون (۲۰۰۰) پورتر و کرامر (۲۰۰۲)	• حداکثرسازی ارزش سهامداران • ایجاد مزیت رقابتی • فعالیتهای اجتماعی ابزاری برای بازاریابی
نظریات سیاسی	تمرکز بر مسؤلیتهای اجتماعی به خاطر کسب قدرت در حوزه سیاست	دونالدسون (۱۹۹۴) آندریف و مک انتاش (۲۰۰۱)	• شرکت خود را مثل یک شهروند می داند، شهروند سازمانی • سازمان قانونمدار • اعتقاد به قرارداد اجتماعی سازمان با جامعه
نظریات ادغامی	تمرکز بر ادغام و یکپارچه سازی تقاضاهای اجتماعی و مسائل عمومی در راهبردهای سازمانی دارد.	پراکاش سیتی (۱۹۷۵) آکرمن (۱۹۷۳) وارتیک و ماهون (۱۹۹۴)	• سازمان به مسائل اجتماعی - سیاسی که تبعات مهمی دارند، پاسخگو است و خط مشی عمومی یک منبع مناسبی برای این دیدگاه است؛ • توجه به مدیریت مسائل عمومی، مدیریت ذی نفعان و عملکرد اجتماعی سازمانی از این نوع اند.
نظریات اخلاقی	تمرکز بر انجام هر آنچه درست است دارد حتی اگر به نفع سازمان هم نباشد.	فریمن (۱۹۹۴) دونالدسون و پریستون (۱۹۹۵)	• کاربردی نمودن نظریه های اخلاقی • تعریف چارچوبهای سازمانی مبتنی بر حقوق بشر، قانون کار، توسعه پایدار و جامعه خوب

جدول شماره (۲): نوع شناسی نظریات ذیربط با ابعاد اجتماعی سازمانی

<sup>16</sup>. Orliztky



فردریک کران (۲۰۰۴) اشاره می کند که در میان اصطلاحات جدید اصطلاح پاسخگویی اجتماعی است که زیاد رشد نکرده است و شکل اساسی تر و استراتژیکی و سازمانی مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی است و در آن سازمانها واقعاً به انتظارات اجتماعی پاسخ می دهند. (Jenny, 2006). وادوک (۲۰۰۴)<sup>۱۷</sup> در خصوص ارتباط بین عملگرایی مدیریتی و مطالب آکادمیکی مباحث مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی، توجه به دو نوع نظام مدیریت و تضمین مسؤولیت پذیری اجتماعی را مورد تأکید قرار داده است (John, et al., 2006). آکرمین و باور (۲۰۰۵) درخصوص توسعه استراتژی پاسخگویی اجتماعی سازمان یک مدل سه مرحله ای را ارائه دادند که از مرحله آموزش و یادگیری شروع و به مرحله تعهد سازمانی ختم می شود (Jenny, 2006). عبدالرشید (۲۰۰۵) در تحقیقی در مالزی مفهوم مسؤولیت اجتماعی سازمانی را در ابعاد خرد و کلان تعریف نمود و در نتیجه تحقیقش بدست آورد که ۸۷/۵ درصد از پاسخ دهندگان که از کارکنان سازمان بودند، موافق اند سازمانشان دربرگیرنده فعالیت‌های مسؤولیت پذیری اجتماعی باشد و در سالهای اخیر این مفهوم در مالزی موضوع مهمی شده است (Abdulrashid, 2005). جان میهان و همکارانش مدل 3C-SR را ارائه دادند که مزیت رقابتی سازمان را از طریق منابع اجتماعی دنبال می کند. اجزای این مدل که قادرند یک شهروندی سازمانی<sup>۱۸</sup> اثربخش را بوجود آورند، بعنوان منابع اجتماعی هم شهرت دارند و عبارتند از:

الف) تعهدات اخلاقی و اجتماعی

ب) ارتباط با شرکا در یک شبکه ارزشی

ج) ثبات رفتاری در جهت خلق اعتماد (John et al., 2006).

بگفته کی هون لی، مارک و فرانک در یک تحلیل جامع رابطه مثبت بین عملکرد اجتماعی سازمان با عملکرد مالی را ثابت کردند عملکرد اجتماعی سازمانی سبب کسب شهرت، اعتبار و در نهایت ارتقای شاخص های مالی می شود. در این تحقیق فضیلت سازمانی<sup>۱۹</sup> در شکل مسؤل بودن در قبال جامعه تعریف می شود. در یک تحقیق دیگر در کره رابطه معناداری بین راهبردهای پاسخگویی اجتماعی سازمان و افزایش رضایت و اعتماد سهامداران بدست آمد (Ki Hoon lee, 2007). بیلسین تاک جهت ارزیابی عملکرد اجتماعی سازمانی، ابعاد شش گانه‌ای را تعریف کرد (Bilcin Tak, 2008). لیورا (۲۰۰۸) مدارکی را که دال بر عملیاتی شدن پاسخگویی اجتماعی سازمانی دارد که در سطوح ساختاری و فرهنگی و مبتنی بر محوریت تمرکز بر ذی نفعان، رفتارهای اخلاقی و حسابکشی ارائه نمود. نازندرا سینگ در یک تحقیق که پیرامون لزوم توجه به مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانها در این حجم مصرف گرایی جهت نیل به توسعه پایدار به رابطه بین شرایط دموگرافی و مفهوم پاسخگویی اجتماعی در بین مصرف کنندگان هندی اشاره می کند و بین این دو رابطه معناداری یافت (Narendra, 2009). وزارت امور خارجه نروژ در گزارش سالانه خود در ۲۰۰۹ در خصوص مسؤولیت پذیری اجتماعی در اقتصاد جهانی سه نوع درک متفاوت از مفهوم مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی را ارائه داده است که عبارتست از:

الف) مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی به مثابه انسان دوستی سازمانی

ب) مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی به مثابه مدیریت ریسک

ج) مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی به مثابه کسب درآمد (Norwegian, M FA, 2009).

سمپوزیوم سال ۲۰۱۰ مسؤولیت پذیری اجتماعی جهانی در مالزی برگزار و محورهای ذیل را مورد بحث قرار داد.

- شناسایی عوامل کلیدی در موفقیت استراتژی مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی
- تشریح الگوهای عملیاتی جهت اداره شایسته مسؤولیت پذیری اجتماعی سازمانی
- درک و ایجاد رویکردهای صنعتی برای حفظ محیط زیست
- بررسی اثرات مسؤولیت‌پذیری سازمانی در شکل‌پذیری جامعه
- آموزش بکارگیری رویکردی جامع در جهت خلق راهبردی‌های اثربخش مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی

17. Waddock

18. Corporate Citizen

19. Corporate Virtue

- شناسایی رهنمودها و دستورالعمل‌های ذریبط‌سندیابی و گزارش‌گیری مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی
- توسعه یکپارچگی و ادغام مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی در راهبرد سازمان
- بررسی اصول برنامه‌های موفق مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی
- فراگرفتن و کسب صلاحیت حرفه‌ای در حوزه مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی (WCSR, 2010).

## ۲- مواد و روشها

تحقیق مذکور برحسب هدف توسعه‌ای - کاربردی و برحسب روش از نوع همبستگی است که با کمک معادلات ساختاری و بهره‌مندی از تحلیل عاملی برای آزمون رابطه ابعاد با مفهوم، رابطه مؤلفه‌ها با ابعاد و رابطه شاخصها با مؤلفه‌ها از طریق نرم‌افزار LISREL اقدام می‌نماید یعنی در این تحقیق، تحلیل عاملی مرتبه اول به تحلیل روابط شاخصهای پیشنهادی با مؤلفه‌های پیشنهادی، تحلیل عاملی مرتبه دوم به تحلیل روابط مؤلفه‌ها با ابعاد پیشنهادی و در تحلیل عاملی مرتبه سوم به تحلیل رابطه ابعاد با مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی بعنوان متغیری پنهان می‌پردازد. نمونه آماری به صورت غیراحتمالی و متشکل از نخبگان امر بوده که به تعداد ۲۱ نفر می‌باشند. روش جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه به طریق تکنیک دلفی انجام پذیرفته است. علاوه بر آزمون روابط از طریق تحلیل عاملی تست رابطه‌های فوق‌الذکر از طریق آزمون بای‌نومیال نیز صورت پذیرفت که همین نتایج را به همراه داشت که با توجه محدودیت ارائه مطالب از ذکر آن امتناع می‌نماییم.

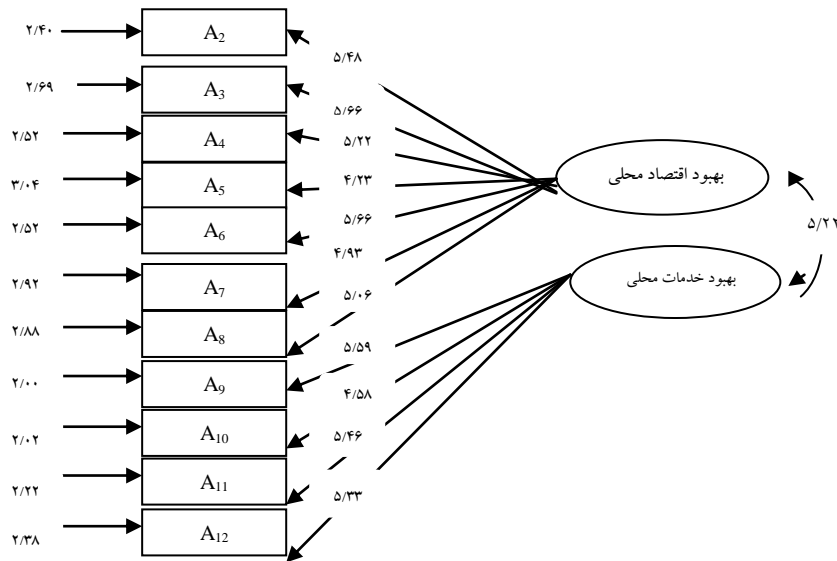
## ۳- نتایج و بحث

برای بسط مفهومی پاسخگویی اجتماعی سازمانی در سازمانهای ایرانی ۵ بعد، ۱۱ مؤلفه و ۴۵ نشانگر (شاخص) پیشنهادی در این تحقیق مورد آزمون قرار گرفت که از طریق طرح سؤال به تحلیل همبستگی آنها با مفهوم پاسخگویی اجتماعی پرداخته شد. بعد از تأیید ابعاد به تعریف مؤلفه‌ها و نشانگرهای پیشنهادی و آزمون آنها از طریق معادلات ساختاری پرداخته می‌شود.

شاخص‌ها	عوامل استخراج شده	
	مؤلفه ۱	مؤلفه ۲
A <sub>2</sub>	۰/۸۳۳	۰/۳۵۰
A <sub>3</sub>	۰/۸۴۸	۰/۳۷۰
A <sub>4</sub>	۰/۸۱۴	۰/۴۹۲
A <sub>5</sub>	۰/۸۶۶	۰/۱۳۹
A <sub>6</sub>	۰/۸۷۰	۰/۳۶۰
A <sub>7</sub>	۰/۷۸۲	۰/۲۳۹
A <sub>8</sub>	۰/۸۳۳	۰/۴۳۲
A <sub>9</sub>	۰/۳۲۴	۰/۸۸۹
A <sub>10</sub>	۰/۳۱۳	۰/۸۳۳
A <sub>11</sub>	۰/۲۳۰	۰/۹۱۶
A <sub>12</sub>	۰/۲۳۹	۰/۸۷۲

جدول شماره (۳): ماتریس همبستگی دوران یافته شاخصها نسبت به مؤلفه‌ها در بعد اول

مطابق جدول ذیل بعد پاسخگویی سازمانی به جامعه درقبال اقتصادی اش در ۲ گروه اصلی (مؤلفه) طبقه بندی که با نگاهی به بار عاملی مربوط به این عوامل متوجه می‌شویم که روایی نیز حاصل شده است، زیرا بار عاملی سؤالات با عامل مربوط به خود بالای ۰/۵ و با عامل‌های دیگر کمتر از ۰/۵ می‌باشد. شاخص اول در این پرسشنامه با توجه به اینکه میزان اشتراکات آن با شاخص‌های دیگر کمتر از ۰/۳ شد از تحلیل عاملی حذف شد.



نمودار شماره (۱): معناداری ضرایب مؤلفه های ذیل نسبت به بعد تبعات اقتصادی اش در جامعه

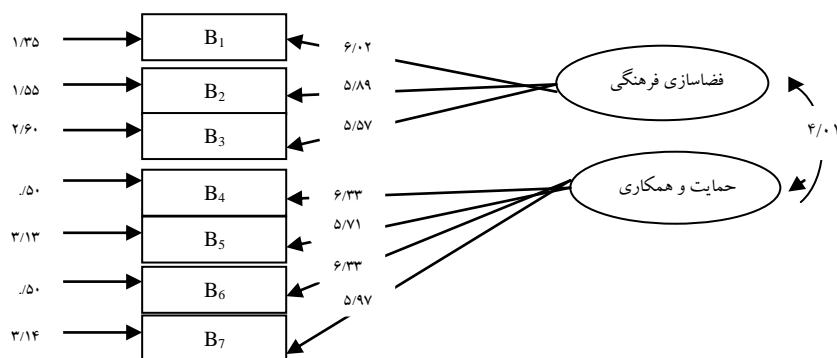
خروجی فوق قسمت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری پاسخگویی سازمان به تبعات اقتصادی اش در جامعه را نشان می دهد. چنانچه عدد معناداری بزرگتر از ۲ یا کوچکتر از ۲- باشد، رابطه موجود در مدل پژوهش معنادار خواهد بود که نشان می دهد کلیه روابط معنادار می باشند (Ghasemi, 2010) و این تشریح برای وضعیت معناداری تمامی نمودارهای منتج از معادلات ساختاری حاکم است و تحلیل نمودارهای ذیل به استناد همین توجیه است:

شاخص ها	عوامل استخراج شده	
	مؤلفه ۱	مؤلفه ۲
B <sub>1</sub>	۰/۳۰۴	۰/۹۳۵
B <sub>2</sub>	۰/۳۲۹	۰/۹۱۶
B <sub>3</sub>	۰/۳۰۴	۰/۹۱۵
B <sub>4</sub>	۰/۹۵۰	۰/۳۰۰
B <sub>5</sub>	۰/۸۵۲	۰/۴۸۱
B <sub>6</sub>	۰/۹۵۰	۰/۳۰۰
B <sub>7</sub>	۰/۹۴۵	۰/۲۷۲

جدول شماره (۴): ماتریس همبستگی دوران یافته شاخصها نسبت به مؤلفه ها در بعد دوم

مطابق جدول فوق بعد پاسخگویی سازمان به تبعات اجتماعی اش در جامعه در ۲ گروه اصلی طبقه بندی شده که با نگاهی به بار عاملی مربوط به این عوامل متوجه می شویم که روایی نیز حاصل شده است، زیرا بار عاملی سؤالات با عامل مربوط به خود بالای ۰/۵ و با عامل های دیگر کمتر از ۰/۵ می باشد.

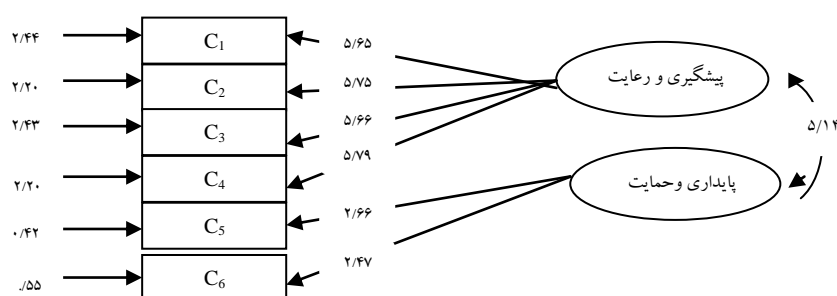
نمودار شماره (۲): معناداری ضرایب مؤلفه های ذیل نسبت به بعد تبعات اجتماعی اش در جامعه



شاخص ها	عوامل استخراج شده	
	مؤلفه ۱	مؤلفه ۲
C <sub>1</sub>	۰/۹۶۴	۰/۰۰۶
C <sub>2</sub>	۰/۹۷۰	۰/۰۰۳
C <sub>3</sub>	۰/۹۵۴	۰/۱۰۶
C <sub>4</sub>	۰/۹۴۴	۰/۲۶۴
C <sub>5</sub>	۰/۱۲۱	۰/۹۷۵
C <sub>6</sub>	۰/۰۴۵	۰/۹۸۲

جدول شماره (۵): ماتریس همبستگی دوران یافته شاخصها نسبت به مؤلفه ها در بعد سوم

مطابق جدول فوق بعد پاسخگویی سازمان به تبعات زیست محیطی اش در جامعه در ۲ گروه اصلی طبقه بندی که با نگاهی به بار عاملی ذیربطش متوجه می شویم که روایی حاصل شده است، زیرا بار عاملی سؤالات با عامل ذیربطش بالای ۰/۵ و با عوامل دیگر کمتر از ۰/۵ می باشد.

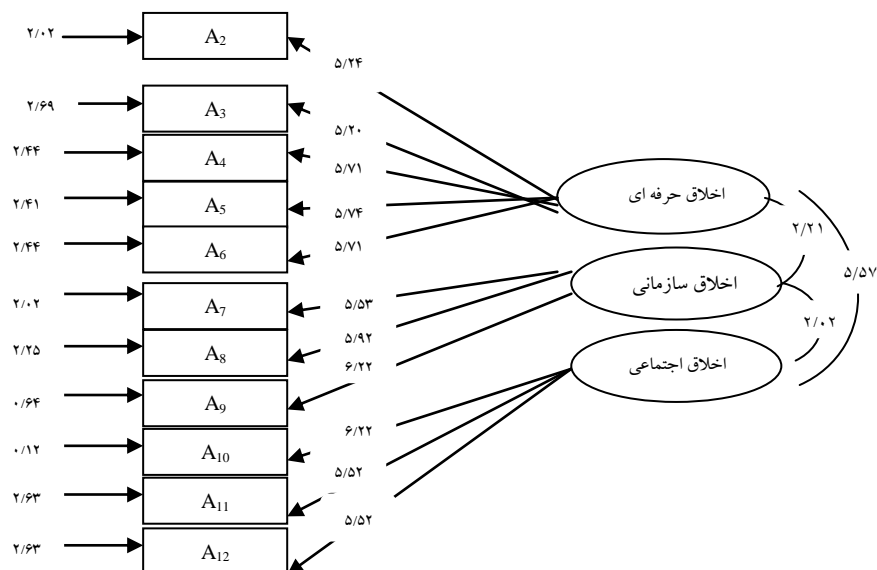


نمودار شماره (۳): معناداری ضرایب مؤلفه های ذیل نسبت به بعد تبعات زیست محیطی اش در جامعه

شاخصها	عوامل استخراج شده		
	مؤلفه ۱	مؤلفه ۲	مؤلفه ۳
D <sub>1</sub>	۰/۹۰۵	۰/۱۳۴	۰/۲۰۷
D <sub>2</sub>	۰/۹۵۶	۰/۰۹۵	۰/۱۲۲
D <sub>3</sub>	۰/۹۴۷	۰/۰۴۰	۰/۱۶۰
D <sub>4</sub>	۰/۹۳۶	۰/۰۶۰	۰/۲۶۹
D <sub>5</sub>	۰/۹۴۷	۰/۰۴۰	۰/۱۶۰
D <sub>6</sub>	۰/۱۳۶	۰/۲۸۷	۰/۹۱۹
D <sub>7</sub>	۰/۳۴۵	۰/۱۸۱	۰/۹۰۲
D <sub>10</sub>	۰/۲۴۴	۰/۲۴۱	۰/۹۲۷
D <sub>11</sub>	۰/۰۴۶	۰/۹۷۰	۰/۱۸۱
D <sub>12</sub>	۰/۰۹۸	۰/۹۲۳	۰/۲۷۰
D <sub>13</sub>	۰/۰۱۰	۰/۹۴۶	۰/۱۷۵

جدول شماره (۶): ماتریس همبستگی دوران یافته شاخصها نسبت به مؤلفه ها در بعد چهارم

مطابق جدول فوق بعد پاسخگویی سازمان به تبعات اخلاقی اش در جامعه در ۳ گروه اصلی طبقه بندی که با نگاهی به بار عاملی ذریبطش متوجه می شویم که روایی حاصل شده است، زیرا بار عاملی سؤالات با عامل ذریبطش بالای ۰/۵ و با عوامل دیگر کمتر از ۰/۵ می باشد.

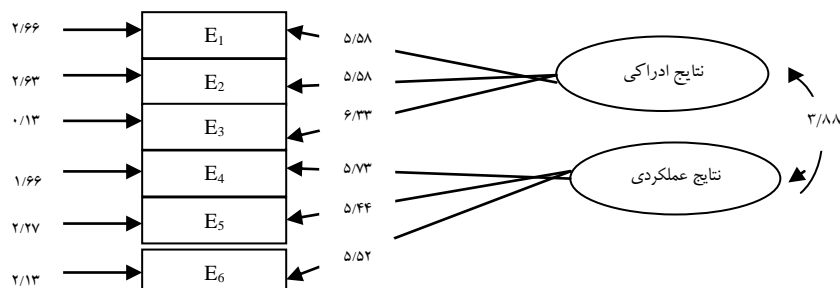


نمودار شماره (۴): معناداری ضرایب مؤلفه های ذیل نسبت به بعد تبعات اخلاقی در جامعه

نشانگرها (شاخصها)	ماتریس چرخش یافته عاملی	
	عوامل استخراج شده	مؤلفه ۱
E <sub>1</sub>	۰/۹۵۵	۰/۱۹۸
E <sub>2</sub>	۰/۹۲۹	۰/۲۸۳
E <sub>3</sub>	۰/۹۴۲	۰/۲۹۸
E <sub>4</sub>	۰/۴۱۱	۰/۸۷۷
E <sub>5</sub>	۰/۱۳۸	۰/۹۶۳
E <sub>6</sub>	۰/۲۷۵	۰/۹۲۰

جدول شماره (۷): ماتریس همبستگی دوران یافته شاخصها نسبت به مؤلفه ها در بعد پنجم

طبق جدول، بعد نتایج ناشی پاسخگویی سازمان به جامعه در قبال تبعاتش در ۲ گروه طبقه بندی که با نگاهی به بارعاملی ذیربطش متوجه میشویم روایی حاصل شده، زیرا بارعاملی سؤالات با عامل ذیربطش بالای ۰/۵ و با عوامل دیگر کمتر از ۰/۵ است



نمودار شماره (۵): معناداری ضرایب مؤلفه های پاسخگویی سازمان به بعد نتایج حاصل از پاسخگویی سازمان به جامعه در قبال تبعاتش

در این قسمت از تحقیق نتایج تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه ابعاد پاسخگویی اجتماعی سازمانی به روش مؤلفه های اصلی (تحلیل عاملی مرتبه دوم برای آزمون رابطه مؤلفه ها نسبت به ابعاد) ارائه شده است. متغیر وابسته پرسشنامه حاضر ابعاد پاسخگویی اجتماعی سازمانی است که برای ارزیابی این متغیر ۱۱ مؤلفه در پرسشنامه منظور شده بود، با توجه به آن تحلیل عاملی اکتشافی صورت گرفت، چنانچه در جدول زیر دیده می شود، مقدار KMO برابر با ۰/۶۴۳ و آزمون بارتلت، حتی در سطح معنی داری ۹۹٪ ( $Sig = 0.000$ ) رد می شود.

شاخص آماری	مقدار
شاخص KMO	۰/۶۴۳
آزمون کرویت بارتلت	۲۷۳
درجه آزادی	۵۵
احتمال (sig)	۰/۰۰۰

جدول شماره (۸): شاخص KMO و آزمون کرویت بارتلت برای پاسخگویی اجتماعی سازمانی در تحلیل عاملی مرتبه دوم

ابعاد	مقادیر ویژه			واریانس توضیح داده شده		
	کل	درصد	درصد تجمعی	کل	درصد	درصد تجمعی
۱	۴/۲۸۲	۱۴/۲۳۴	۵۲/۹۳۷	۵/۳۳۱	۱۴/۴۳۸	۳۰/۴۶۷
۲	۳/۵۶۷	۱۱/۹۸۲	۶۴/۸۸۶	۴/۲۳۴	۱۴/۱۱۳	۴۴/۴۸۰
۳	۲/۷۳۸	۹/۱۲۸	۷۰/۰۱۴	۴/۲۲۲	۱۴/۰۷۳	۵۸/۶۵۳
۴	۱/۹۳۴	۶/۴۹۷	۸۰/۵۱۵	۳/۹۴۷	۱۳/۱۵۵	۷۱/۸۰۹
۵	۱/۲۵۰	۴/۱۶۷	۸۴/۶۷۹	۳/۸۶۱	۱۲/۸۷۰	۸۴/۶۷۹

جدول شماره (۹): واریانس توضیح داده شده توسط عوامل (ابعاد) استخراج شده برای مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمان

با توجه به جدول فوق درصد کل واریانس تبیین شده برابر با ۸۴/۶۸ می باشد و مقادیر ویژه هر یک از این عامل ها بزرگتر از یک بوده، نتیجه می گیریم که اعتبار عاملی این متغیر با قبول پیش فرض مناسب است. پس می توان نتیجه گرفت اجرای تحلیل عاملی بر اساس ماتریس همبستگی حاصل در گروه های نمونه مورد مطالعه، قابل توجیه خواهد بود.

مؤلفه ها	ماتریس چرخش یافته عاملی				
	عوامل (ابعاد) استخراج شده				
	بعد ۱	بعد ۲	بعد ۳	بعد ۴	بعد ۵
M <sub>1</sub>	۰/۳۳۶	۰/۳۸۹	۰/۰۳۱	۰/۸۵۰	۰/۰۰۴
M <sub>2</sub>	۰/۳۵۶	۰/۳۹۳	۰/۱۲۶	۰/۸۲۹	۰/۰۴۳
M <sub>3</sub>	۰/۲۸۱	۰/۱۵۴	۰/۱۰۳	۰/۰۴۲	۰/۹۰۴
M <sub>4</sub>	۰/۱۶۷	۰/۰۸۰	۰/۲۵۴	۰/۰۱۴	۰/۹۱۱
M <sub>5</sub>	۰/۰۵۴	۰/۸۹۱	۰/۱۴۵	۰/۳۸۲	۰/۰۰۰
M <sub>6</sub>	۰/۰۷۵	۰/۹۵۴	۰/۰۶۹	۰/۱۹۵	۰/۰۷۰
M <sub>7</sub>	۰/۹۳۳	۰/۱۰۱	۰/۱۹۲	۰/۲۰۶	۰/۱۱۵
M <sub>8</sub>	۰/۹۳۷	۰/۰۷۰	۰/۲۷۴	۰/۱۵۸	۰/۰۲۷
M <sub>9</sub>	۰/۸۷۱	۰/۰۶۹	۰/۳۱۸	۰/۳۰۸	۰/۰۱۹
M <sub>10</sub>	۰/۳۸۱	۰/۱۲۴	۰/۸۷۵	۰/۱۰۸	۰/۱۹۴
M <sub>11</sub>	۰/۳۰۴	۰/۱۱۵	۰/۹۰۹	۰/۰۳۹	۰/۲۳۳

جدول شماره (۱۰): ماتریس همبستگی دوران یافته رابطه مؤلفه ها با ابعاد مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی

مطابق جدول فوق مطابق جدول فوق مفهوم بعد پاسخگویی اجتماعی سازمانی در ۵ گروه اصلی (بعد) طبقه بندی شده که با نگاهی به بار عاملی مربوط به این عوامل متوجه می شویم که روایی نیز حاصل شده است، زیرا بار عاملی سوالات با عامل مربوط به خود بالای ۰/۵ و با عامل های دیگر کمتر از ۰/۵ می باشد.

متغیر وابسته پرسشنامه پاسخگویی اجتماعی سازمانی است که برای ارزیابی این متغیر ۵ بعد در پرسشنامه منظور شده بود، با توجه به آن تحلیل عاملی اکتشافی صورت گرفت، چنانچه در جدول زیر دیده می شود، مقدار KMO برابر با ۰/۸۸۹ و آزمون بارتلت، حتی در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ (Sig=۰/۰۰۰) رد می شود.

مقدار	شاخص آماری
۰/۸۸۹	شاخص KMO
۲۷۲/۸۶	آزمون کرویت بارتلت
۱۰	درجه آزادی
۰/۰۰۰	احتمال (sig)

جدول شماره (۱۱): اخص KMO و آزمون کرویت بارتلت برای پاسخگویی اجتماعی سازمانی در تحلیل عاملی مرتبه سوم

مفهوم	مقادیر ویژه			واریانس توضیح داده شده		
	کل	درصد	درصد تجمعی	کل	درصد	درصد تجمعی
پاسخگویی اجتماعی	۴/۹۱۰	۹۸/۲۰۰	۹۸/۲۰۰	۴/۹۱۰	۹۸/۲۰۰	۹۸/۲۰۰

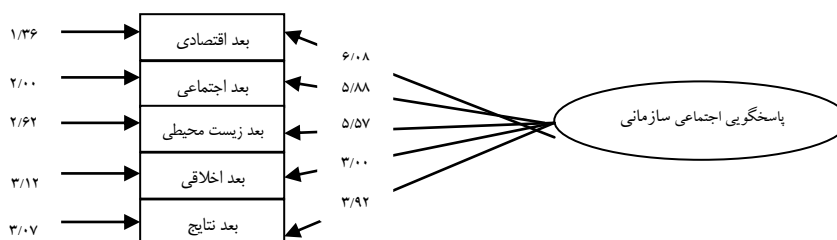
جدول شماره (۱۲): واریانس توضیح داده شده توسط عوامل استخراج شده برای مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی

با توجه به جدول فوق درصد کل واریانس تبیین شده برابر با ۹۸/۲ می باشد و مقدار ویژه این عامل استخراج شده بزرگتر از یک بوده، نتیجه می گیریم که اعتبار عاملی این متغیر با قبول پیش فرض مناسب است. پس می توان نتیجه گرفت اجرای تحلیل عاملی بر اساس ماتریس همبستگی حاصل در گروه های نمونه مورد مطالعه، قابل توجیه خواهد بود.

ماتریس عاملی	
ابعاد	مفهوم پاسخگویی اجتماعی
بعد اقتصادی	۰/۹۹۸
بعد اجتماعی	۰/۹۹۱
بعد زیست محیطی	۰/۹۹۲
بعد اخلاقی	۰/۹۹۶
بعد نتایج	۰/۹۷۸

جدول شماره (۱۳): ماتریس همبستگی دوران یافته ابعاد نسبت به مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی

مطابق جدول فوق مطابق جدول فوق ابعاد پاسخگویی اجتماعی سازمانی در ۱ گروه اصلی (مفهوم) طبقه‌بندی شده که با نگاهی به بار عاملی مربوط به این عوامل متوجه می‌شویم که روایی نیز حاصل شده است، زیرا بار عاملی سؤالات با عامل مربوط به خود بالای ۰/۵ و با عامل های دیگر کمتر از ۰/۵ می باشد.



نمودار شماره (۶): معناداری ضرایب ابعاد پنجگانه به مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی

خروجی فوق قسمت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری پاسخگویی اجتماعی سازمانی را نشان می دهد. چنانچه عدد معناداری بزرگتر از ۲ یا کوچکتر از ۲- باشد رابطه موجود در مدل پژوهش معنادار خواهد بود. که نشان می دهد کلیه روابط معنادار می باشند. با عنایت به نتایج بدست آمده درخصوص شاخص ها، مؤلفه ها و ابعاد تأیید شده مدل، لازم است تا سازمانها برای اینکه بتوانند خود را پاسخگوی اجتماعی بدانند به رعایت شاخصها در یک سطح قابل قبول مبادرت نمایند. باتوجه به معناداری رابطه ابعاد پیشنهادی با مفهوم مورد نظر و مؤلفه ها با ابعاد و در نهایت تعداد زیادی از نشانگرها (شاخصها) با مؤلفه ها می توان مدلی جامع و متشکل از ابعاد و مؤلفه و شاخص را برای این مفهوم نوین در سازمانهای ایرانی ارائه نمود. توجه و مراعات شاخصهای مورد نظر و بدست آمده از پژوهش می تواند رهنمودساز استقرار نظام پاسخگویی اجتماعی سازمانی در سازمانها تلقی گردد این شاخصها در جدول ذیل آورده شده که به نمایش در می آید:

ابعاد	مؤلفه ها	شاخص ها (نشانگرها)
پاسخگویی سازمان به تبعات	بهبود اقتصاد	سهم سازمان در افزایش فرصتهای شغلی برای ساکنان محلی (از طریق مصوبات، حمایتها، آموزشها و...) جبران سریع خسارت به آسیب دیدگان ناشی از اقدامات سازمان استفاده از عرضه کنندگان و تامین کنندگان محلی استخدام نیروی کار بومی و محلی ( رعایت سهمیه بومی در استخدامها بصورت واقعی) پرداختهای قانونی به موقع به نهادهای ملی و محلی از قبیل عوارضها، مالیاتها، بیمه، حق الزحمه پیمانکارها و..



اقتصادی سازمان در جامعه	محل	ایجاد اشتغال پایدار در درون سازمان (نسبت مشاغل رسمی و پیمانی به مشاغل قراردادی، شرکتی و موقت)
	بهبود ارائه خدمات	ارائه خدمات ارزان به شهروندان محلی ارائه خدمات مستمر و پایدار به شهروندان ارائه خدمات عادلانه و بدون تبعیض داشتن شفافیت مالی اقتصادی (نداشتن تخلفات مالی در مراجع قانونی)
پاسخگویی سازمان به تبعات اجتماعی سازمان در جامعه	فضاسازی فرهنگی	تعریف و تدوین یک آرمان اجتماعی برای سازمان ترویج ارزشها و هنجارهای جامعه در سازمان اطلاع رسانی و ارشاد ساکنان محلی در جهت بهره مندی بیشتر آنان از خدمات سازمان
	رعایت و همکاری	رعایت حقوق زنان در محیط کاری و رفع تبعیض نسبت به آنها رعایت حقوق اقلیتها در محیط کاری و رفع تبعیض نسبت به آنها دادن آزادی به گروهها و انجمنهای درون سازمانی و همکاری با آنها (با رعایت قانونمندی آنان) میزان همکاری و حمایتهای مالی - غیرمالی با تشکلات فرهنگی، ورزشی، آموزشی و خیریه محلی
پاسخگویی سازمان به تبعات زیست محیطی اش در جامعه	مراقبت و پیشگیری	میزان آگاهی و رعایت استانداردهای زیست محیطی (داشتن تقدیرنامه ها، گواهی نامه های سبز و زیست محیطی) میزان پیشگیری از خسارات زیست محیطی در حوزه های آب، هوا، خاک و گیاهی و... (نداشتن تخلفات زیست محیطی در مراجع ذی صلاح) اصلاح الگوی مصرف انرژی در سازمان (عدم مصرف در سطح بار اضافی در قبوض انرژی به طوریکه قبوض سازمان را در زمره مشتریان پرمصرف تعریف نکرده باشند).
	پایداری و حمایت	تدوین مقررات بازدارنده و پیشگیرانه نسبت به خسارات زیست محیطی حمایت مالی - غیرمالی در خصوص خدمات زیست محیطی و زیباسازی محیط زیست محلی حمایت و بهره گیری از فناوریهای سازگار با محیط زیست
	اخلاق حرفه ای	حفظ اسرار و اطلاعات ارباب رجوعان از سوی کارکنان حضور به موقع کارکنان در سازمان و رعایت وقت شناسی (نداشتن تأخیر در ورود و تعجیل در خروج) برخورد عادلانه و بدون تبعیض با ارباب رجوعان (نبود شکوائیه و انتقاد از سوی ارباب رجوعان) عدم مصرف بیهوده امکانات و اموال عمومی
پاسخگویی سازمان به تبعات اخلاقی سازمان در جامعه	اخلاق سازمانی	تدوین منشور اخلاقیات و آموزش اخلاقیات به کارکنان و مدیران (تدوین منشور اخلاقیات و تعداد کلاسها و دوره های آموزشی برگزار شده در خصوص مسائل اخلاقیات) رعایت منشور اخلاقیات از سوی کارکنان و مدیران سازمان (عدم وجود اعتراض، تخلف و تعدی نسبت به منشور اخلاقیات در سازمان) عدم بکارگیری اجباری کارکنان در وظایفی خارج از شرح شغلشان
	اخلاق اجتماعی	میزان نوع دوستی و دگرخواهی در سازمان میزان احترام به ارزشهای جامعه (رعایت مناسبتها، آیین و رسوم، اعتقادات محلی و ارج نهادن به آنها) میزان رعایت حقوق بشر در محیط سازمانی از قبیل آزادی بیان، رشد، تجمع و... (نبود شکوائیه، گلایه و انتقادی در زمینه نقض حقوق بشر در سازمان)
نتایج حاصل از پاسخگویی سازمان به تبعاتش در جامعه	نتایج ادراکی (نمادین)	وجود پنداشت تعهد به همه ذی نفعان در سازمان (ترویج این تصور در سازمان که، کارکنان و مدیران نسبت به ذی نفعان سازمان متعهدند) وجود پنداشت از سازمان بعنوان یک شهروند مسئول و پاسخگو (ترویج این تصور در سازمان که، سازمان همانند یک شهروند واقعی در قبال محیط پیرامونش مسئول و پاسخگو است) وجود پنداشت در خصوص توانمندی و ظرفیت پاسخ دهی سازمان در قبال فشارهای جامعه (وجود این باور در کارکنان و مدیران که سازمان قادر است به مطالبات و خواسته های اجتماعی ناشی از اقداماتش پاسخ دهد).
	نتایج	وجود سازوکارهای درون سازمانی پاسخگویی اجتماعی از قبیل گزارش دهی، اطلاع رسانی، روابط عمومی

عملکردی فعالانه و، (تدارک واحد یا واحدهایی در سازمان برای پاسخ دهی به خواسته های جامعه) وجود همکاریها و شراکتهای سازمان با دیگر سازمانها در جهت بهبود پاسخگویی اجتماعی سازمانی (محسوس) (وجود بسترها همکاری با سازمانهای دیگر برای پاسخگویی بهتر نسبت به تبعات اجتماعی سازمان به شهروندان) وجود قانونگرایی در جهت پاسخگویی مناسب سازمان در قبال تبعاتش در جامعه (تدوین دستورالعملها، آیین نامه ها و... در جهت پاسخگویی سازمان نسبت به تبعات اقدامات مختلفش در جامعه)

جدول شماره(۱۴): بسط مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی برای سازمانهای ایرانی

#### ۴- منابع

- 1- Alvani, M., & Danaiefard. H. 2002. Public Administration and Public Trust. Journal of Management Knowledge.14:55.26-33.
- 2- Alvani, M. 2007. Public Management. Nay Press. Tehran, p: 367.
- 3- Bagheri, Sh. 2007. A Model for Organizational Responsiveness in the Air Way Industrial. Allame University. PhD Thesis.
- 4- Ghodauerdi, A. 2005. Responsiveness in the Regional Democracy System. Political Development. Naja Press.
- 5- Rahmansersht, H. & Rafei, M. 2009. Social Responsibility: Meta Organizational Ethics. Todbir. No: 204. Tehran.
- 6- Rafizade, B. A. 2007. Responsiveness; Standards and Tools. Tadbir. No: 146.
- 7- Monavvarin. A. 2007. Work Ethics and Organizational Values. Institute for Management And Planning Studies (IMPS).
- 8- Kavvosi. E & Chavveshbashi. F. 2010. Relation Social Responsibility and Social Capital in the Organization. Journal of Social Responsibility.Vol.2. CSR Press.
- 9- Givvarian. H. 2000. Ethics and Responsibility in the Public Organizational. Islamic Azad University, Science and Research Branch. PhD Thesis.
- 10-Ghahedi. M. 2010. Corporate Social Responsibility and its Importance. Journal of Social Responsibility. No. 4. CSR Press.
- 11-Ghasemi. V. 2010. Structural Equation Modeling in Social Researches. Jammee Shenasan Press.
- 12-Gannon, M. 1982. Social Responsiveness, Corporate Structure and Economic Performance the Academy of Management Reviw.17:2.72.
- 13- Ackerman, R & Bauer. R. 1976. Corporate Social Responsiveness: The Modern Dilemma, Reston, Virginia, Reston Publishing,
- 14-Brenda. E. J & Dinah. P. 2002. Evolution and Implemental: A Study of Value, Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Journal of Business Ethics. 41:30.
- 15-Barbara, B., & et al. 1994. Predicting Corporate Social Responsiveness a Model Drawn From Three Perspectives. Journal of Business Ethics Vol.13.
- 16-Barrett, M. et al. 2001. A Stakeholders Approach to Responsiveness and Accountability in Non-Profit Organization. Social Policy. Journal of New Zeland. No.17.
- 17-Boone, & Kurtz, L., D. 2002. Management. New York: McGraw Hill Publications.
- 18-Bilein, Tak. 2008. Developing A Corporate Social Performance Assessment Tool Based On EFQM Business Excellence Model. Uludag University.
- 19-Buchholz, R. A. 1985. Management Response to Public Issues New jersey: Prentice Hall, p.43.

- 20-Carrol, A., B. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizon*, p. 12.
- 21-Cynthia, W. 2007. Corporate Social Responsibility in a Comparative Perspective. *Www. Yahoo. Com.*, p.23.
- 22-Chamila, R., P. 2004. Three Types of Corporate Social Responsibility Engagement. Japan: Kobe University, p.12.
- 23-Ciulla, J. 1991. Why Is Business Talking about Ethics? *California Management Review*.
- 24-Elisabet, G., & Domence, O. 2004. Corporate Social Responsibility Theories *Journal of Business Ethics*. 53: 57.
- 25-Hopkins, M. 2004. Corporate Social Responsibility: An Issues Paper. International Labor Office. Geneva Working Paper. No.27.
- 26-John, M. & et al. 2006. Corporate Social Responsibility: The 3C-SR Model. *Internation Journal of Social Economics*.33:5-6.
- 27-Jenny, F., & Eshani. B. 2004. Corporate Social Responsibility and Citizenship. Working Paper. No. 06/44.
- 28-Klimoski R. And Inks L. 1990. Accountability Forces in Performance Appraisal. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 45.
- 29-Marc, O. 2000. Corporate Social Performance. Research Brief. RB. Australia Center for Corporate Change, p.4-6.
- 30- Sullivan. R. 1991. Principles for Global Corporate Responsibility. Retrieved at [http://WWW. The Sullivan Foundation. Org](http://WWW.TheSullivanFoundation.Org), p.15.
- 31-Norwegian Ministry of Foreign Affairs. 2009. Corporate Social Responsibility in Global Economy. Report.10:11-12.
- 32-Ecimovic, T., & Esposito, M. 2008. The Individual and Corporate Social Responsibility. Amsted University. Malaysia. Retrieved at [http://www. Yahoo. Com.](http://www.Yahoo.Com), p.1-7.
- 33-Narendra, Singh. 2009. Exploring Socially Responsible Behavior of Indian Consumers. *Journal of Social Responsibility*. Vol. 5. Publisher Emerald Group, p. 113.
- 34-Peter Kook & et al. 2001. A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Frame Work. *Journal of Business Ethics* Vol. 31.
- 35-Prakash, S. 1979. Conceptual Farm Work for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Patterns. *The Academy of Management Review*.Vol.1.
- 36-Wartick, S., & Cochran, P. 1986. The Evolution of the Corporate Social Performance Models. *Academy Mexico Management of Review*.
- 37-Ki., Hoon, Lee. 2007. Corporate Social Responsiveness in the Korean Electronics Industry. John Willy Sons LTD and EPR Environment.
- 38-WCSR. 2010. Word Corporate Social/ Responsibility Symposium. Malaysia: Kuala Lumpur.
- 39-Frans, V. W., & Timo, V., B. 2004. Feasibility of a Responsive Business Scorecard. *Journal of Business Ethics*.55:174.
- 40-Leeora, D. B. 2008. Corporate Social Responsibility as Capability. *Journal of Corporate Citizenship*.

- 41-Uhr, J. 1992. Public Accountabilities and Private Responsibilities. The Westminster World at the Crossroads, Presented at Annual Meeting of The American Political Science Association. Illinois: Chicago.
- 42- Zairi, M. 2000. Social Responsibility and Impact on Society. The TQM Magazine. 12:3.