**تبیین رابطة بین ايفاي نقش مسئوليت اجتماعي و توسعه‌ پايدار (مورد مطالعه: طرح احداث خط لوله انتفال نفت خام ترش سبز آب-ری)[[1]](#footnote-1)**

سید علی حسینی – دبیر جلسات هیأت مدیره

این مطالعه با هدفتحلیل رابطه‌ بین ايفاي نقش مسئوليت اجتماعي شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه‌ پايدار انجام گرفته است. روش تحقیق به صورت پیمایش کمی بود. جامعه آماری کلیه مدیران، کارکنان و کارمندان رسمی و غیررسمی مرتبط با طرح­ها و پروژه­ها و نیز مهندسین، ناظران وعوامل مرتبط با پیاده­سازی طرح احداث خط لوله انتفال نفت خام ترش سبز آب/ری بودند. روش نمونه­گیری نیز به صورت نمونه­گیری غیراحتمالی بود. از این­رو، 300 نفر از افراد سازمانی به­عنوان نمونه دردسترس در بخش انتخاب شدند. داده­ها با استفاده از نرم­افزار spss تجزیه­وتحلیل شدند. در بخش کمی، نتایج تحلیل مسیر و شاخص­های مطلوب برازش مدل ساختاری، بیان­کننده معناداری و تبیین مناسب کلیه مؤلفه­ها برای بررسی مسؤلیت اجتماعی شرکتی است. یافته­ها نشان می­دهد که بین ایفای نقش مسئولیت­پذیری شرکتی وتوسعه پایدار رابطه معناداری وجود دارد که این ضرایب برای مسئولیت اقتصادی (0.692)، مسئولیت قانونی (0.668) مسئولیت اخلاقی (**0.608**) و مسئولیت بشردوستانه (**0.612**) می­باشد. ضریب تعیین نیز برابر با 0.326 می­باشد. نتایج نشان می­دهد که سیاستگذاران، طراحان، پیمان­کاران و مجریان طرح احداث خط لوله نفت خام ترش سبزآب/ری، باید اهداف مرتبط با مسئولیت اجتماعی را از سه منظر «شرکت‌ها»، «استانداردها» و «مردم» دنبال کنند تا به حداکثر کارایی برسند.

**وازگان کلیدی:** مسئولیت­پذیری شرکتی، توسعه پایدار، سبزآب/ری، مسئولیت اخلاقی.

**مقدمه و بیان مسئله**

مدیران شرکت­های تجاری جهان ، امروزه بیش از هر زمان در جستجوی بنیادهای توسعه پایدار هستند. از این­رو، نقش سازمان­های فعال در توسعه پایدار روز­به­روز بیشتر مورد توجه صاحبنظران و دست اندرکاران جوامع بشری قرار گرفته است. از دیدگاه این افراد عدم توجه و پایبندی سازمان­ها و مدیران تابعه به وظیفه و مسئولیت اجتماعی­شان یکی از مسائل و مشکلات اجتماعی است که می­تواند توسعه پایدار را با مشکل مواجه سازد (کاظمی و همکاران، 1394). امروزه، مسئولیت اجتماعی شرکت یکی از مولفه­های محیطی جهت دست­یابی به توسعه پایدار شناخته شده است (میسجاسز[[2]](#footnote-2)، 2014: 244). مسئوليت اجتماعي سازمان، به اين مفهوم است كه شركت به موازات تلاش براي بيشينه­كردن سود خود، در قبال جامعه نيز مسئوليت­هايي دارد. شركت­ها با فعاليت­هايشان، بر كيفيت زندگي كاركنان، مشتريان، سهام­داران و شهروندان جامعه­اي كه در آن فعاليت مي­كنند، اثر مي­گذارند. بنابراين مديران، به موازات تعقيب هدف افزايش ارزش سهام شركت، مسئوليت­هاي اجتماعي­اي دارند كه فراتر از حداقل الزامات اشاره شده در قانون است(ایولوچا[[3]](#footnote-3)، 2005: 7).

با طرح مبحث مسئوليت­پذپري اجتماعي، در بسیاری از کشورهاي توسعه­يافته، این کشورها برنامه­هايي برای تحـت فشار قراردادن شرکت­ها و موسسات به اجرا درآورند تا آنها نقش­هاي اجتماعي خود را به درستی ایفا کنند و بر اساس تعهدات و مسئوليت­هاي خود در برابر جامعه پاسخگو باشند(درویشی و همکاران، 1396: 45). مسئولیت­پذیري اجتماعی، از طریق توسعة سیستم­ها و سیاست­هاي حفاظت از محیط زیست و گسترش روابط با جامعه، مشتریان و عرضه­کنندگان، به منظور بهره­بردن هم شرکت هم ذينفعان گوناگون که بر شرکت اثر می­گذارند یا تحت تأثیر شرکت قرار دارند، به یک ابزار سه­وجهی اجتماعی، اقتصادي، زیست­محیطی تبدیل شده (فرجی و همکاران، 1399: 30) و با بهبود وضعیت تصمیم­گیري داخلی سازمان [شرکت]، صرفه­جویی در هزینه­ها، ارتقای تصویر مطلوب از شرکت، بالابردن شناخت و شهرت شرکت و نیز بهبود روابط با ذينفعان (اینگلی[[4]](#footnote-4)، 2008: 23) منجر به عملکرد بالا و مطلوب آن در زمینه­های مرتبط با حوزة کاری می­شود.

زمانی که مسئولیت­پذیری کاهش یابد، خود را در مسائلی همچون آلوده­سازی محیط­زیست، تبعیض­ در جذب و استخدام کارکنان، نپرداختن به فعالیت­های فرهنگی و اخلاقی، پایین­آوردن کیفیت محصول و غیره خود را نشان می­دهد.علاوه بر بحران­های محیطی وکاهش پایداری اجتماعی، «مشروعیت اجتماعی سازمان و شرکت کاهش می­یابد وکارایی خود را از دست داده» (شهسواری و سلمانی، 1397: 226)، سودآوری کمتری داشته (بنلملیه و بیتا[[5]](#footnote-5)، 2015)، عدم تقارن اطلاعاتی رخ داده (چو و همکاران[[6]](#footnote-6)، 2013) و اتحاد و همبستگی ذینفعان و سهامداران کاهش می­یابد (بنلملیه و بیتا، 2015).

امروزه ، در کشور ما نیز بحث توسعه پایدار و مسئولیت­پذیری اجتماعی وزارت نفت از مسائل عمده به شمار می­رود. عدم مسئولیت پذیری اجتماعی در صنعت نفت، از مشکلاتی است که منجر به برخی نارضایتی‌ها در بین مردم ساکن در مناطق همجوار با مناطق عملیاتی نفت و گاز شده است و با «پیامدهای زیست­محیطی، اجتماعی، ایمنی، امنیتی و بهداشتی» (ابراهیمی و آقاسیدجعفرکشفی، 1395) از جمله اینکه «آلودگی محیط زیست بر زنجیرة غذایی و بهرۀ انسانی از تنوع زیستی اثر منفی گذاشته و لذا برخی گروهها از فقر و کاهش استانداردهای زندگی­شان که در نتیجة تخریب منابع پایه و نبود جایگزین­های مناسب به وجود می­آید، متضرر می­شوند، همراه بوده است (همان: 12). «كشف نفت در سال 1287 شمسي را مي­توان نقطة عطفي در سپهر اجتماعي ایران دانست. تأثیراتي كه نفت و گاز در بخش­هاي سیاسي، اجتماعي و فرهنگي كشورهاي نفت­خیز بر جاي نهاده­اند، علاوه بر ابعاد كلان بین­المللي و ملي، سطوح خردتر جغرافیایي و جمعیتي را نیز در بر مي­گیرد. بررسي­هاي صورت پذیرفته در حوزه­هاي مربوط به پیامدهاي حضور نفت، بیشتر در سطوحي كلان، روندهاي تاریخي مسائل سیاسي و حقوقي را مدنظر قرار داده­اند و از پیامدهاي این حضور بر زندگي ساكنان همجوار تأسیسات نفت و گاز، كمتر سخني به میان آمده است. كم­توجهي به عوامل انساني، قرار گرفتن ساكنان محلي در موضع اقلیت، مقاومت آنان در برابر اجراي پروژه­ها، آسیب­هاي اجتماعي ناشي از فعالیت­هاي پروژه­ها، امکان بروز ناآرامي­هاي امنیتي- سیاسي را افزایش داد» (فرضی و ازکیا، 1397: 222). علاوه بر فشارهای زیست­محیطی با برهم­زدن ترکیب جمعیتی و افزایش مهاجرت­ها، نوعی عدم تعادل زیستی/اجتماعی ایجاد کرده است. «مشکلات برجسته­ای در زمینه تولید و مدیریت پسماندهای جامد» (مامادی[[7]](#footnote-7)،2016: 1)، تولید حجم بالای مواد زائد و پراکنده­شدن آن در محیط­زیست (نامی، 1392: 36( و نیز تضادهای فرهنگی بین بومیان وکارکنان نیز رخ داده است. لذا، «در بیشتر موارد، توسعة صنعتي به توسعة اجتماعي منجر نشده است و در مواقعي باعث به هم ریختن امنیت اجتماعي، تخریب روابط اجتماعي سالم، ایجاد آسیب­هاي اجتماعي، افزایش فاصلة طبقاتي، آثار نامناسب ناشي از برهم خوردن نظم اقتصادي منطقه در جهات نامطلوب و تبعیض علیه گروههاي ضعیف و حاشیه­اي و بومی شده است (فرضی و ازکیا، 1397: 222). لذا، این مطالعه درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا بین توسعه پايدار و مسئوليت­پذیری اجتماعي شركت ملي پالايش و پخش فرآورده­هاي نفتي ايران رابطه­ای وجود دارد؟

**پیشینه تحقیق**

مسئولیت­پذیری شرکتی و توسعه پایدار از مهمترین مفاهیمی هستند که محل بررسی و پژوهش توسط محققان مختلف اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی، زیست­محیطی و غیره بوده­اند. این امر منجر به توجه روزافزون محققان و انجام تحقیقاتی در این حوزه شده است. هر کدام از محققان در حوزه­های مختلف سعی کرده به طرق مختلفی این متغیرها را بررسی و سنجش کنند. در ادامه، به بررسی برخی از مهمترین مطالعات در این حوزه پرداخته شده است.

کاظمی و همکاران (1394)، پژوهشی با عنوان «نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی در توسعه پایدار شرکت­های کوچک و متوسط» انجام دادند. نتایج این مطالعه بیانگر این است که مسئولیت اجتماعی شرکتی از شاخصه­های مهم موفقیت شرکت­های کوچک و متوسط به سمت توسعه پایدار است.حسینی رودبارکی و همکاران (1397)**،** پژوهشی با عنوان «رابطه بین مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار (با تاکید بر صنعت برق)» انجام دادند. یافته­ها نشان می­دهد که ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی می­­تواند علاوه بر تسهیل مسیر حرکت توسعه پایدار، اعتماد اجتماعی به سازمان­ها و شرکت ها را در بین افراد جامعه افزایش دهد.امیری (1399) در مطالعه­ خود با عنوان «مسئولیت­پذیری اجتماعی شرکت­ها» نشان می­دهد که مسئولیت­پذیري اجتماعی به­عنوان یک فرایند فعال، می­تواند عاملی براي رشد و تعالی جامعه و به دنبال آن سازمان­ها و شرکت­ها باشد. اجراي مسئولیت­پذیري اجتماعی منافع و سطح زندگی عموم جامعه را افزایش می­دهد و خود شرکت­ها نیز از مزایاي آن بهره­مند می­شوند.رجائی و سالک (1395)،مطالعه­ای با عنوان «بررسی تاثیر عوامل سازمانی بر توسعه پایدار شرکت (مطالعه ای در شرکت های واقع در شهرک صنعتی شماره 1 زنجان)» انجام دادند. نتایج نشان می­دهد که همه مولفه­های عوامل سازمانی، تاثیر مثبت و معناداری بر توسعه پایدار شرکت دارند؛ هرچند این تاثیر مثبت و معنی­دار در مولفه­های گوناگون، متفاوت است.

مونتیل[[8]](#footnote-8) (2008)، مطالعه­ای با عنوان «­مسئولیت اجتماعی شرکت و پایداری شرکت: گذشته­های جداگانه، آینده­های مشترک» انجام داد. یافته­ها نشان می­دهد پایداری شرکت منوط به ایفای نقش­های متفاوتی است که متعهد به آنجا آنها است. لذا، ایندة شرکت منوط به ایفای مسولیت­های اجتماعی آن است. منزا[[9]](#footnote-9) (2011)، مطالعه­ای با عنوان «تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت­ها بر توسعه پایدار: مطالعه موردی از شرکت‌های آنگلوگولد آشتاني» انجام داد. یافته­ها نشان می­دهد که اگرچه به نظر می­رسد آنگلوگولد آشتاني مفهوم مسئولیت اجتماعی را حمایت می­کند، اما در بین آنها اشتیاقی برای تضمین اجرای آنها برای اطمینان از تحقق چنین سیاستی تقریباً وجود ندارد. مسئولیت اجتماعی شرکت به بهترین شکل از طریق مشارکت با مردم محلی اجرا می شود. با این حال، شرکت آنگلوگولد آشتاني مسئولیت اجتماعی خود را با حداقل مشاوره فرموله و اجرا می­کند. پریسیلا[[10]](#footnote-10) (2017) در مطالعه خود با عنوان «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار جامعه، یک مطالعه موردی از شرکت‌های آنگلوگولد آشتاني، آدييی و تبريبی؛ پریسیلا تولو آپونتی» نشان می­دهد برای وقوع توسعه پایدار، شرکت­ها باید با برنامه­های توسعه ملی و اجتماعی همسو شده و ارزش مشترک ایجاد کنند.خوانگ و همکاران[[11]](#footnote-11) (2021)، مطالعه­ای با عنوان «برنامه ذینفعان و مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان استراتژی­های کلیدی توسعه پایدار برای ارتقاء شهرت شرکت - شواهدی از ویتنام» انجام دادند. نتایج نشان داد که نفوذ ذینفعان نه­تنها به طور قابل توجهی بر انواع مسئولیت اجتماعی شرکت­ها تأثیر می­گذارد، بلکه بر شهرت شرکت نیز تأثیر مثبت می­گذارد. علاوه بر این، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت­ها در مسئولیت­های حقوقی، اخلاقی، زیست محیطی، بشردوستانه به جز مسئولیت اقتصادی تأثیر قابل­توجهی بر شهرت شرکت دارد. زلازنا و همکاران[[12]](#footnote-12)(2020)،مطالعه­ای با عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت در قبال محیط­زیست در منطقه لوبلین، لهستان: مطالعه تطبیقی 2009 و 2019» انجام دادند. این مطالعه نشان می­دهد که شرکت­ها مسئولیت­های زیست­محیطی فعالیت­های خود را در نظر می­گیرند و اقداماتی را برای حفظ محیط زیست و منابع آن انجام می دهند.جیتندرا و همکاران[[13]](#footnote-13) (2021)، مطالعه­ای تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت­ها و استراتژی­های توسعه پایدار، شیوه­ها و مدل­های تجاری» انجام دادند. یافته­ها نشان می­دهد که نگرانی­های دیجیتالی شدن و پایداری؛ استراتژی­های ارتباطی برای مسئولیت اجتماعی شرکت­ها؛ استانداردهای اخلاقی در تبلیغات هندی؛ تأمین مالی خرد به­عنوان ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار از مولفه­های مهم مسئولیت اجتماعی شرکت­ها در هند هستند.

در خصوصتحقیقات پیشین باید گفت که بیشتر تحقیقات بحث مسئولیت­پذیری را از منظر کارکنان و مدیران شرکتی بررسی کرده­اند. این مطالعات عمدتاً کمی هستند. لذا، نتایج با نگاه ساختاری وتعمیم­گرایانه همراه است؛ زیرا این افراد عمدتاً خود را قائل به مسئولیت­پذیری دانسته و لذا اکثر فرضیات تایید شده­اند. اما، در این پژوهش با توجه به تضاد منافع مستتر در بین ذینفعان شرکتی و غیرشرکتی بهتر به خلاء­های موجود پرداخته می­شود. علاوه بر این، در این تحقیقات تعریفی که از ذینفعان شده است، بیشتر کسانی هستند که به نوعی سهام­دار و عضو شرکت هستند که به صورت مستقیم و غیرمستقیم درگیر سود هستند.

**مبانی و چارچوب نظری تحقیق**

توسعه پایدار از مفاهیم متاخر توسعه است و مسئولیت­پذیری اجتماعی شرکتی نیز از حیث توسعه به مولفه­های اجتماعی رشد شرکت­ها جدید و پراهمیت است. «دانشمندان دانشگاهی از نظریه­های مختلف برای تبلیغ مسائل مربوط به مسئولیت­پذیری اجتماعی شرکتی استفاده کرده­اند. به عنوان مثال، نظریه ذینفعان، نظریه مشروعیت، نظریه نهادی و نظریه خطوط سه­گانه از این دست نظریات هستند» (آگیلرا و همکاران[[14]](#footnote-14)، 2007؛ دیگن[[15]](#footnote-15)، 2014؛ لئو و ابیسیکرا[[16]](#footnote-16)، 2015).

نظریه ذینفعان به طور خاص بر انتظارات گروه­های علاقه مند خاص تمرکز می­کند (برامر و همکاران[[17]](#footnote-17)، 2007). در زمینه یک شرکت، جامعه را می­توان به­عنوان سهامداران، کارکنان، مشتریان، طلبکاران و تامین­کنندگان گروه­بندی کرد که ممکن است به فعالیت­های اجتماعی و محیطی شرکت علاقه­مند باشند. فریمن[[18]](#footnote-18) (1984) این گروهها را "ذینفعان" می­نامد. کارول[[19]](#footnote-19) (1991: 43) بیان می کند که بین ایده مسئولیت­پذیری اجتماعی و ذینفعان یک سازمان تناسب طبیعی وجود دارد. از دیدگاه نظریه ذینفعان مسئولیت­پذیری اجتماعی شرکت شامل مدیریت روابط متعدد ذینفعان به طور همزمان است که بر اساس آن ذینفعان از فعالیت­های شرکت نیز سود خواهند برد (کایا و همکاران[[20]](#footnote-20)، 2015؛ فریمن و همکاران[[21]](#footnote-21)، 2007؛ حمیدو و همکاران[[22]](#footnote-22)، 2015). نظریه مشروعیت به طور کلی بر انتظارات جامعه متمرکز است (برامر و همکاران ، 2007). بر اساس نظریه مشروعیت قانونی از شرکت­ها انتظار می­رود که در چارچوب ارزش­های اجتماعی حرکت کنند. استدلال اساسی نظریه مشروعیت قانونی این است که شرکت تنها به شرطی باقی می­ماند که فعالیت و عملیات آن در چارچوب هنجارها و ارزش­های جامعه باشد (مهربان­پور و همکاران، 1395: 116). در این نظریه فرض بر این است که از دیدگاه جامعه، واحدهای تجاری با در اختیار داشتن منابع تولیدی جامعه (مثلاً نیروی کار) باید بین معیارها و هنجارهای قابل قبول جامعه فعالیت کنند، در غیر این صورت جامعه ممکن است مانع قرارداد اجتماعی شود و آن را لغو نماید (اشرفی و همکاران، 1398: 9).در نظریه ابزاری، گزارشگری مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت را ابزاری برای دستیابی به اهداف اقتصادی و در نهایت خلق ثروت برای واحد تجاری و سهامداران آن می­دانند. این نظریه­ها از دیدگاه فریدمن، اقتصاددان مشهور گرفته شده است. به عقیده این اقتصاددان، تنها مسئولیت یک واحد تجاری در برابر جامعه، به حداکثر رساندن ثروت سهامداران در راستای موازین قانونی و اخلاقی کشور است. آنها تاکید دارند که مسئولیت­پذیربودن شرکت و در نظر گرفتن منافع همه گروه­های ذینفع، خود می­تواند موجب افزایش ثروت سهامداران شود. به عقیده آنها، مشارکت در فعالیت­های اجتماعی توسط واحدهای تجاری، می­تواند سود آن واحدها را افزایش دهد. برخی از نتایج تحقیقات گذشته نشان داده­اند، رابطه­ای مثبت میان عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکت وجود دارد (اشرفی و همکاران، 1398: 4).از دیگر رویکرهای مهم این حوزه، نظریه خطوط سه­گانه است. «نظریه خطوط سه­گانه بر سه عامل: سود (اقتصادی)، مردم (اجتماعی) و سیاره (محیط) تاکید دارد و به طور گسترده­ای برای توصیف پایداری فعالیت­های انسانی در چند دهه گذشته استفاده شده است» (تو و لی[[23]](#footnote-23)، 2017). هدف این رویکرد، اندازه­گیری عملکرد اقتصادی، اجتماعی و محیطی شرکت در یک دوره زمانی است. فقط شرکتی که سه­گانه فوق را در نظر دارد، هزینه کامل مربوط به شرکت را در نظر می گیرد. سه­گانه فوق نوعی مسئولیت اجتماعی شرکت­هاست که به مدیران گوشزد می­کند که شرکت­ها باید نتایج نهایی را نه تنها از نظر اقتصادی (هزینه­ها در مقابل درآمد)، بلکه تأثیرات اجتماعی و محیطی شرکت را نیز در نظر بگیرد. این سه مفهوم پایداری - اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی –اهداف و مشاغل را به سمت اقدامات متناسب با ایده­آل­های شرکت به عنوان یک شهروند مشارکت­کننده در جامعه و نه فقط به عنوان یک ماشین تولید پول [سود] هدایت می­کند (رحمان[[24]](#footnote-24)، 2011).

از منظر توسعه پایدار نیز رویکردهای مختلفی وجود دارد که شرط پایداری را در مسئولیت­پذیری می­دانند. رویکرد پایداری ضعیف و پایداری قوی می­گویدبا گذشت زمان، تلاش پژوهشگران براي بسط مفهوم پایداري و بکارگیري آن در عرصۀ سیاستگذاري سازمانی[[25]](#footnote-25) بـه طرح دو دیدگاه رقیـب در این حوزه انجامید؛ دو دیدگاهی که به پایداري ضعیف[[26]](#footnote-26) و پایداري قوي[[27]](#footnote-27) شهرت یافته­اند.

پایداري ضعیف، شرط پایداري را بقاء و ثبات ارزش سرمایۀ کل (اعم از سرمایۀ فیزیکی، دارایی­هاي اجتماعی و مواهب طبیعی) می­داند. بر اساس این نظریه که حالت بسیار ضعیف آن به نام یکی از نظریه­پردازان مشهور رشد اقتصادي (سولو) پایداري سولو خوانده می­شود، کافی است ظرفیت عمومی تولید در طول زمان ثابت بماند بـه گونه­اي که مصرف سرانه در طول زمان کاهش نیابد. به رغم تعدیل­هاي صورت گرفته، در مجموع، پایداري ضعیف به پایداري مجموع سرمایۀ اقتصاد می­پردازد و به تعبیري می­توان ادعا کرد که حامیان این نظریه، گونه­هاي مختلف سرمایه را جانشین یکدیگر می­دانند (شرزه­ای و محقق، 1390: 18).در اینجا،بحث بر سر این است که فشارها منجر به اتلاف منابع و پس­روی سرمایه­ها نشود، هرچند ممکن است که بهبود چندانی ایجاد نشود. بنابراین، مهم این است که «محیط از نظر زیست­محیطی، قابل سکونت و مقاوم، از نظر اقتصادی مستمر و از نظر اجتماعی منسجم و متعهد باشد» (موکومو[[28]](#footnote-28)، 2019: 266). توسعه پایدار در این سطح باید حداقل «روابط منطقی و متقابل سه عامل محیطی، اجتماعی و اقتصادی را حفظ کند تا بتواند استمرار و پایداری محیط را تامین کند» (موناسینقه[[29]](#footnote-29)، 1993: 2). در سوي مقابل پایداري قوي با تکیه بر نقش طبیعت، تأکید دارد که ـ دست­کم برخی ـ ویژگی­هاي محیط­زیست باید در طول زمان پایدار باقی بمانند. گرچه براي این تعبیر نیز تفسیرهاي گوناگونی ارائه شده است، اما آنچه به اختصار می­توان نتیجه گرفت این است که در پایداري قوي، درجه (کشش) جانشینی انواع دیگر سرمایه به جاي سرمایۀ طبیعی بسیار پـایین و نزدیک به صفر در نظر گرفته می­شود. ایـن رویکرد را می­توان معادل با ثبات سرمایۀ طبیعی در طول زمان به شمار آورد. در پایداري قوي، طبیعت و اقتصاد دو بخش مکمل یکدیگر در نظر گرفته می­شوند که باید هر دو به طور همزمان پایدار بمانند (شرزه­ای و محقق، 1390: 18). پايداري در معناي قوی خود به توانايي جامعه، اكوسيستم يـا هر سيستم جاري براي تداوم كاركرد در آينده نامحدود اطلاق مي­شود، بدون اينكه بـه طور اجبار در نتيجـه تحليل رفتن منابعي كه سيستم به آن وابسته است يا به دليل تحميل بار بـيش از حد روي آنها، بـه ضعف كشيده شود. از طرف ديگر، توانايي سيستم براي استقامت و پايايي به­گونه­اي اجتناب­ناپذير وابسته به موفقيتي است كه سيستم در ايجاد ارتباط با محيط بيروني كـسب مي­كند؛ به­عبارت ديگر، پايداري سيستم به­طور كامل وابسته به قابليت سيستم براي سازگاري و انطباق، تغيير و تحول و پاسخگويي به محيط اسـت و از آنجا كـه محيط به نوبه خود همواره در حال تغيير است، اين فرايند سازگاري و انطباق سيـستم بايد يك فرايند پويا و حساس باشد (زاهدی و نجفی، 1385: 47). رویکرد مشارکت و پایداری اجتماعیبر مشارکت ذینفعان در امور تاکید دارد. در این نظریه «وجود زمینه-­ مثبت برای شکل­گیری مشارکت­های مردمی، به عنوان ظرفیتی برای برون­سپاری پاره­ای از هزینه­ها و نزدیک کردن نتایج پروژه­ها به سمت خواسته­های مردمی شناخته می­شود. این در حالی است که ایجاد اعتماد در درون و بین اجتماعات و موسسات، عامل زیربنایی سرمایه اجتماعی است که خود، از پیش شرط­های ایجاد ظرفیت مشارکت و افزایش قدرت شهروندی است» (کاظمیان و همکاران، 1391: 3). این اصل در معنای واقعی آن هدف قرارگرفته و شعار «برنامه­ریزی توسط مردم» آرمان این نگرش است. آموختن از تجارب قبلی و نگرش سنتی «بالا به پایین» الگوی پایداری را به دست می­دهدکه تاحد زیادی متکی بر رویکرد «پایین به بالا» که رویکردی متفاوت با گذشته بوده است. تغییر از یک نگاه تجویزی به مشارکتی، از وابستگی به منابع موجود به «ظرفیت­سازی»، از توجه به راه­حل­های «دولت­محور» به شیوه های حل مسئله با تأکید بر ابتکارات جامعه مدنی و از مساعدت و همیاری به مشارکت واقعی، ویژگی­های الگوی توسعه پایدار است (اقتصادی، 1392: 82).

با توجه به مبانی نظری تحقیق، چارچوب نظری این مطالعه برگرفته از رویکرد «خطوط سه­گانه»، «رویکرد ذینفعان» است.این دو رویکرد ابعاد پایداری و مسئولیت­پذیری را مورد توجه قرار می­دهند. نظریه خطوط سه­گانه بر سه عامل سود (اقتصادی)، مردم (اجتماعی) و سیاره (محیط) تاکید دارد. در این رویکرد، بر ارزیابی عملکرد اقتصادی، اجتماعی و محیطی یک شرکت در یک دوره زمانی تاکید دارد. فقط شرکت و سازمانی که موارد سه­گانه را به طور همزمان را در نظر می­گیرد موفق است و می­تواند کارآمدی و مشروعیت کسب کند. سه­گانه فوق نوعی مسئولیت اجتماعی شرکت­هاست که به مدیران گوشزد می­کند که شرکت­ها باید نتایج نهایی را نه­تنها از نظر اقتصادی (هزینه­ها در مقابل درآمد)، بلکه تأثیرات اجتماعی و محیطی شرکت را نیز در نظر بگیرد. این رویکرد شرکت به­عنوان یک شهروند مشارکت­کننده در جامعه و نه فقط به­عنوان یک ماشین تولید پول [سود] هدایت می­کند. نظریه ذینفعان معتقد است که تعهدات شرکت فراتر از وظایف امانت­داری سنتی نسبت به سهامداران است و این تعهدات شامل گروه­های دیگر از جمله مشتریان، کارکنان، تامین­کنندگان، سرمایه­گذاران، رقبا، رسانه ها و جوامع مجاور و محلی می­شود. این رویکرد می­گوید یک شرکت فقط در قبال سهامداران خود مسئولیت اجتماعی ندارد و مدیران در واقع دارای رابطه دوسویه و متقابل با ذینفعان هستند. بدون مشارکت و ارزش­گذاری ذینفعان، سازمان و شرکت نمی­تواند به اهداف خود برسد.

**فرضیه‌های تحقیق**

* به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقشمسئولیت‌ اقتصادی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.
* به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ قانونی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.
* به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اخلاقی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.
* به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ بشردوستانه شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

**روش تحقیق**

روش در تحقيق حاضر، کمي - پيمايش[[30]](#footnote-30) است. جامعه مورد مطالعه کلیة کلیه‌ مدیران ارشد زیر‌مجموعه‌ی‌ ستاد شرکت‌ ملی‌ پالایش‌ و‌ پخش‌ فرآورده‌های‌ نفتی‌ ایران و مدیران شرکت­های زیر مجموعه در استان­های خوزستان و لرستان؛ کلیه کارکنان ستاد شرکت های ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ، خطوط لوله و مخابرات نفت ایران در دو استان خوزستان و لرستان و ستاد ملی مهندسی و ساختمان نفت ایران در دو استان مذکور؛ مهندسین، ناظران، کارفرمایان ، دست اندر کاران و کلیة عوامل اجرایی پیاده­سازی طرح احداث انتقال نفت خام ترش سبزآب/ ری می­باشند. نمونه­گیری در تحقیق کمی به صورت دردسترس است. این شیوه غیراحتمالی گردآوری داده­ها است. از آنجایی که فهرست اعضای جامعه آماری دردسترس نبود، لذا، با وجود گستردگی و تنوع زیاد (به جامعه آماری بخش کمی مراجعه کنید)، عملاً تعیین حجم نمونه به صورت تصادفی امکان­پذیر نبود. بنابراین، با ورود به میدان موردنظر، 300 نفر از افراد به­عنوان نمونه دردسترس انتخاب شدند. سعی بر این بود که در نمونه انتخابی تنوعی از بین مدیران، کارمندان، مهندسان، کارکنان ستاد و نیز پیمانکاران و نیروهای کاری محلی وجود داشته باشد تا داده ها فاقد سوگیری و جهت­گیری باشند. از «پرسشنامه استاندارد»به منظور گردآوری داده­ها استفاده شد. بعد از گردآوری داده­ها از طریق پرسشنامه‌، داده‌های بدست آمده از طریق نرم­افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

**عملیاتی­سازی متغیرها**

به منظور عملیاتی­سازی مسئولیت اجتماعی شرکت از پرسشنامه کارول (1991) استفاده شده است که کشاورز (1395) مورد استفاده قرار داده است. آلفای کرونباخ کل ابعاد پرسشنامه 878/0 بدست آمده است. به ترتیب مولفه­ها، برای بعد اقتصادی ضریب آلفای کرونباخ 756/0، برای بعد قانونی 756/0، برای بعد اخلاقی 833/0 و برای بعد بشردوستانه 878/0 می­باشد. افزون بر این، تعداد گویه­های بعد اقتصادی 6 مورد است که میانگین هر گویه بین 5 الی 1 خواهد بود. بیشترین نمره 36 و کمترین 6 خواهد بود. برای بعد اقتصادی تعداد گویه­ها 7 مورد که میانگین هر گویه بین 1 الی 5 و بیشترین نمره 35 و کمترین 7 خواهد بود. برای بعد قانونی 8 گویه طراحی شده است که در اینجا نیز میانگین هر گویه بین 5 الی 1 خواهد بود و حداقل نمره 8 وحداکثر نمره متغیر 40 خواهد بود. در نهایت، برای بعد بشردوستانه، 4 گویه در نظر گرفته شده است. لذا، میانگین هر گویه بین1 الی 5 می­باشد وحداقل نمره 4 و حداکثر 20 خواهد بود.

توسعه پایدار نیز در سه بعد اقتصادی، اجتماعی، زیست­محیطی و فرهنگی مورد سنجش قرار گرفته است. پرسشنامه محقق­ساخت می­باشد. به منظور عملیاتی سازی بعد اقتصادی، از 5 گویه استفاده شده است که بر اساس طیف لیکرت معرف­های همچون «درآمد، اشتغال، رفاه ، قدرت خرید و افزایش قیمت محصولات کشاورزی و باغداری» را مورد سنجش قرار می­دهند. میانگین هر گویه بین 1 الی 5 خواهد بود. بیشترین نمره برای این متغیر 25 و کمترین 5 خواهد بود. به منظور عملیاتی­سازی بعد اجتماعی، از 5 گویه استفاده شده است که بر اساس طیف لیکرت معرف­های همچون «برابری جنسیتی، اموزش، اعتماد و امنیت عمومی، مشارکت اجتماعی و مهاجرت» را مورد سنجش قرار می­دهند. میانگین هر گویه بین 1 الی 5 خواهد بود. بیشترین نمره برای این متغیر 25 و کمترین 5 خواهد بود. به منظور عملیاتی­سازی بعد زیست­محیطی توسعه پایدار، از 5 گویه استفاده شده است که بر اساس طیف لیکرت معرف­های همچون «جنگل­زدایی، آلودگی هوا و محیط زیست ، پسماندها، تخریب زمین­های کشاورزی و آلودگی آب­ها» را مورد سنجش قرار می­دهند. میانگین هر گویه بین 1 الی 5 خواهد بود. بیشترین نمره برای این متغیر 25 و کمترین 5 خواهد بود. به منظور عملیاتی­سازی بعد فرهنگی توسعه پایدار، از 5 گویه استفاده شده است که بر اساس طیف لیکرت معرف­های همچون «آداب و رسوم، سنت­ها، زبان و نوع پوشش، ارزش­های دینی و اعتقادی و هویت قومی» را مورد سنجش قرار می­دهند. میانگین هر گویه بین 1 الی 5 خواهد بود. بیشترین نمره برای این متغیر 25 و کمترین 5 خواهد بود.

به منظور محاسبه پایایی ابزار سنجش داده­ها، ابزارهای مختلفی به کاربرده می­شود که رایج­ترین آنها محاسبه ضریب «آلفای کرونباخ»[[31]](#footnote-31) متغیرها و معرف­های آنها است. ضریب آلفای کرونباخ برای برآورد پایایی ابزارهای اندازه­گیری استفاده می­شود. مقدار آن بین صفر تا یک در نوسان است. بدین­ترتیب، هر اندازه ضریب آلفای بدست آمده به یک نزدیک­تر باشد، پایایی درونی بین گویه­ها بیشتر و مطلوب­تر است. با توجه به نزدیک­بودن ضرایب به یک، نتایج آلفای کرونباخ نشان می­دهد که پایایی ابزار سنجش در حد مطلوبی قرار دارد.

**جدول شماره 1: محاسبه آلفای کرونباخ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| متغیرها | تعداد گویه | آلفای کرونباخ |
| بعد اقتصادی مسئولیت­پذیری | 6 | 0.742 |
| بعد قانونی مسئولیت­پذیری | 8 | 0.707 |
| بعد اخلاقی مسئولیت­پذیری | 6 | 0.722 |
| بعد بشردوستانه مسئولیت­پذیری | 4 | 0.779 |
| بعد اقتصادی توسعه پایدار | 5 | 0.763 |
| بعد اجتماعی توسعه پایدار | 5 | 0.784 |
| بعد زیست­محیطی توسعه پایدار | 5 | 0.704 |
| بعد فرهنگی توسعه پایدار | 5 | 0.711 |

در ادامه نتایج آزمون بارتلت و KMO گزارش شده است که نشان­دهندة مطلوب بودن اعتبار ابزار سنجش است.

جدول شماره 2: آزمون بارتلت و KMO

|  |  |
| --- | --- |
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | .721 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 791.635 |
| Df | 300 |
| Sig. | .000 |

میزان KMO،2 0.7 است؛ باتوجه به این که این میزان بیشتر از 0.5 می‏باشد، می‏توان گفت این داده‎ها مناسب هستند و نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی‏دار است.

**یافته­های تحقیق**

**یافته­های توصیفی**

از مجموع 300 نفر، 70 نفر از افراد مورد مطالعه در گروه سنی 25 تا 35 سال (14.6 %) و 100 نفر در گروه سنی 36 تا 45 سال (39.1 %) و 105 نفر در گروه سنی 46 تا 55 سال (39.8 %) و 25 نفر در گروه سنی 56 به بالا (6.5 %) بودند. از مجموع 300 نفر، بیشتر افراد مورد مطالعه 110 نفر معادل (43.8 %) دارای مدرک لیسانس و تعداد 94 نفر معادل(38.5 %) دارای مدرک ارشد و تعداد 6 نفر معادل (2.9 %) دکتری بوده اند. از مجموع 300 نفر، بیشتر افراد مورد مطالعه 130 نفر معادل (40.0 %) کارمند و تعداد 90 نفر معادل (35.0 %) کارشناس و کارشناس ارشد و تعداد 70 نفر معادل (25.0 %) در سمت مدیریتی بودند. از مجموع 300 نفر، بیشتر افراد مورد مطالعه 100 نفر معادل (30.0 %) مهندسی و تعداد 100 نفر معادل (30.0 %) اداری و تعداد 50 نفر معادل (15.0 %) ستادی و تعداد 35 نفر معادل (10.0%) سایر و تعداد 15 نفر معادل (5.0 %) نوع شغل خود را مدیریتی اعلام نموده­اند. بیشتر افراد مورد مطالعه، یعنی 150 نفر معادل (40.0 %) رسمی و تعداد 35 نفر معادل (14.0 %) پیمان­کاری و تعداد 63 نفر معادل(20.0 %) پیمانی و تعداد 25 نفر معادل (10.0 %) قراردادی مدت معین و تعداد 15 نفر معادل(8.0 %) نوع استخدام خود را قراردادی مدت موقت اعلام نموده­اند. از نظر رضایت شغلی، 150 نفر معادل(60.0 %) تا حدودی رضایت شغلی داشتندو تعداد 75 نفر معادل (20.0 %) زیاد رضایت شغلی داشتند و تعداد 75 نفر معادل (20.0 %) کم رضایت شغلی داشتند.

جدول شماره 3: بررسي توزیع نمرات متغیرها

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| متغیرها | میانگین | انحراف معیار | حداکثر | حداقل | چولگی | کشیدگی |
| بعد اقتصادی مسئولیت­پذیری | 3.05 | 0.413 | 4.28 | 1.28 | 384.- | 1.229 |
| بعد قانونی مسئولیت­پذیری | 3.51 | 0.460 | 4.84 | 2.28 | 341. | 0.352 |
| بعد اخلاقی مسئولیت­پذیری | 3.08 | 0.425 | 4.60 | 2.23 | 484. | 2.524 |
| بعد بشردوستانه مسئولیت­پذیری | 3.08 | 0.425 | 4.60 | 2.23 | 526. | 1.072 |
| بعد اقتصادی توسعه پایدار | 3.08 | 0.425 | 4.60 | 2.23 | 627. | 0.863 |
| بعد اجتماعی توسعه پایدار | 3.08 | 0.425 | 4.60 | 2.23 | 695. | 1.928 |
| بعد زیست­محیطی توسعه پایدار | 3.07 | 0.421 | 4.60 | 2.23 | 545. | 1.931 |
| بعد فرهنگی توسعه پایدار | 3.16 | 0.420 | 4.55 | 2.23 | 620. | 0.894 |

 بررسی آماره های چولگی و کشیدگی از ملاک های متداول برای تعیین نرمال بودن داده ها می باشند. در صورتی که قدر مطلق ضریب چولگی کمتر از 3 و ضریب کشیدگی کمتر از ۱۰ باشد بیانگر نرمال بودن داده ها است. در این پژوهش، قدر مطلق ضریب چولگی و ضریب کشیدگی به ترتیب کمتر از ۳ و ۱۰ به دست آمدند، که این به معنی نرمال بودن داده های این پژوهش است. در جدول زیر مقادیر ضریب چولگی و کشیدگی برای داده­های پژوهش محاسبه شده است. بنابراین، تخطی از مفروضه نرمال بودن در داده­های پژوهش حاضر قابل مشاهده نیست.

در جدول زیر مقادیر آماره­های تحمل و عامل افزایش واریانس برای هر یک از متغیرهای پیش بین ارائه شده است.

جدول شماره 4: بررسي نتایج هم خطی چندگانه متغیرها

|  |  |
| --- | --- |
| متغیرها | هم خطی چندگانه  |
| مقدار تحمل | عامل افزایش واریانس (vif) |
| بعد اقتصادی مسئولیت­پذیری | 0.513 | 1.764 |
| بعد قانونی مسئولیت­پذیری | 0.560 | 1.368 |
| بعد اخلاقی مسئولیت­پذیری | 0.525 | 1.512 |
| بعد بشردوستانه مسئولیت­پذیری | 0.587 | 1.621 |
| بعد اقتصادی توسعه پایدار | 0.489 | 1.295 |
| بعد اجتماعی توسعه پایدار | 0.525 | 1.384 |
| بعد زیست­محیطی توسعه پایدار | 0.523 | 1.222 |
| بعد فرهنگی توسعه پایدار | 0.435 | 1.300 |

نتایج مندرج در جدول فوق نشان می دهد که مقادیر آماره تحمل برای همه متغیرهای پیش بین پژوهش از 0.1 بزرگتر و مقادیر آماره عامل افزایش واریانس نیز برای همه آنها از ۱۰ کوچکتر می باشد. بنابراین، این مفروضه در پژوهش حاضر تأیید شد.

**یافته­های استنباطی**

**فرضیه اول:** به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اقتصادی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

جدول شماره 5: رابطه بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اقتصادی و توسعه پایدار

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مسئولیت‌ اقتصادی | ضريب همبستگي |  سطح معنا‌داري (sig) | رابطه معنا‌دار |
| 0.692 | \*0.000 | وجود دارد |

با توجه به نتایج آزمون همبستگي پيرسون در فاصله اطمینان 95% سطح معناداری براي اين سه متغير برابر با (0.000 sig=) مي‌باشد که از سطح معناداري استاندارد (5% = α) کمتر است. با توجه به مقدار ضریب همبستگی، شدت این رابطه قوی و جهت رابطه از نوع مستقیم است. یعنی بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اقتصادی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

**فرضیه سوم:** به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ قانونی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

جدول شماره 6: رابطه بین ايفاي نقش مسئولیت‌ قانونی و توسعه پایدار

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مسئولیت‌ قانونی | ضريب همبستگي |  سطح معنا‌داري (sig) | رابطه معنا‌دار |
| 0.668 | \*0.000 | وجود دارد |

با توجه به نتایج آزمون همبستگي جزئی در فاصله اطمینان 95% سطح معناداری براي اين سه متغير برابر با (0.000 sig=) مي‌باشد که از سطح معناداري استاندارد (5% = α) کمتر است. با توجه به مقدار ضریب همبستگی، شدت این رابطه قوی و جهت رابطه از نوع مستقیم است. یعنی بین ايفاي نقش مسئولیت‌ قانونی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

**فرضیه چهارم:** به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اخلاقی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

جدول 7: رابطه بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اخلاقی و توسعه پایدار

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مسئولیت‌ اخلاقی  | ضريب همبستگي |  سطح معنا‌داري (sig) | رابطه معنا‌دار |
| 0.608 | \*0.000 | وجود دارد |

با توجه به نتایج آزمون همبستگي جزئی در فاصله اطمینان 95% سطح معناداری براي اين سه متغير برابر با (0.000 sig=) مي‌باشد که از سطح معناداري استاندارد (5% = α) کمتر است. با توجه به مقدار ضریب همبستگی، شدت این رابطه قوی و جهت رابطه از نوع مستقیم است. یعنی بین ايفاي نقش مسئولیت‌ اخلاقی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

**فرضیه پنجم:** به نظر می‌‌رسد بین ايفاي نقش مسئولیت‌ بشردوستانه شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

 جدول 8: رابطه بین ايفاي نقش مسئولیت‌ بشردوستانه و توسعه پایدار

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مسئولیت‌ بشردوستانه  | ضريب همبستگي |  سطح معنا‌داري (sig) | رابطه معنا‌دار |
| 0.509 | \*0.000 | وجود دارد |

با توجه به نتایج آزمون همبستگي جزئی در فاصله اطمینان 95% سطح معناداری براي اين سه متغير برابر با (0.000 sig=) مي‌باشد که از سطح معناداري استاندارد (5% = α) کمتر است. با توجه به مقدار ضریب همبستگی، شدت این رابطه متوسط و جهت رابطه از نوع مستقیم است. یعنی بین ايفاي نقش مسئولیت‌ بشردوستانه شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران با توسعه پایدار رابطه وجود دارد.

جدول 9: خلاصه رگرسیون چند متغیره بین توسعه پایدار و ايفاي نقش مسئولیت اجتماعی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **سطح معناداری** | **F** | **اشتباه استاندارد شده**  | **R2** | **R** |
| **008/0** | 036/12 | 080/6 | 116/0 | 326/0 |

جدول فوق ضریب همبستگی بین متغیرهای توسعه پایدار و ايفاي نقش مسئولیت اجتماعی شركت ملي پالايش و پخش فرآورده‌هاي نفتي ايران را نشان می­دهد. این فرضیه با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون بررسی شد، مقدار ضریب تعین برابر با 0.326 و سطح معنی­داری 0.008sig= به دست آمد. از آنجایی که سطح معنی­داری محاسبه شده (000/0P<) کوچکتر از 0.05 است، در نتیجه فرض صفر رد شده و فرض پژوهشی تایید می­شود.

در ادامه رگرسیون خطی متغیرهای پزوهش گزارش شده است.

جدول 10: جدول برآورد ضرایب مدل نهایی رگرسیون خطی متغیرهای پژوهش

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| متغیرهای وارد شده | ضرایب غیر استاندارد | ضرایب استاندارد | آزمون T | سطح معناداری |
| B | انحراف معیار | BETA |
| Constant | 50.539 | 2.916 |  | 17.330 | 000/0 |
| بعد اقتصادی مسئولیت­پذیری | 315/0 | 233/0 | 224/0 | 4.465 | 002/0 |
| بعد قانونی مسئولیت­پذیری | 256/0 | 147/0 | 161/0 | 187/3 | 037/0 |
| بعد اخلاقی مسئولیت­پذیری | 308/0 | 146/0 | 207/0 | 105/2 | 036/0 |
| بعد بشردوستانه مسئولیت­پذیری | 261/0 | 152/0 | 189/0 | 154/3 | 006/0 |

جدول برآورد ضرایب مدل نهایی رگرسیونی فوق نشان می­دهد که متغیرهای مورد بررسی فوق معنادار بوده و هر یک از آنها دارای وزن­های متفاوتی هستند. همچنین ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول فوق نشان می­دهد که متغیر بعد اقتصادی مسئولیت­پذیری (224/0=Beta) با ضریب معنی­داری (002/0=sig.) و متغیر بعد قانونی مسئولیت­پذیری (161/0=Beta) با ضریب معنی­داری (037/0=sig.) و متغیر بعد اخلاقی مسئولیت­پذیری (207/0=Beta) با ضریب معنی­داری (036/0=sig.) و متغیر بعد بشردوستانه مسئولیت­پذیری (189/0=Beta) با ضریب معنی­داری (006/0=sig.) قدرت پیش­بینی را در مدل دارا هستند.

**طراحی مدل معادلات ساختاری**

یکی از قوی­ترین و مناسب­ترین روش­های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری، تجزیه و تحلیل چند متغیره است. زیرا ماهیت این گونه موضوعات چند متغیره بوده و نمی­توان آن­ها را با شیوه دو متغیری (که هر بار تنها یک متغیر مستقل با یک متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود) حل نمود. از این­رو، در این تحقیق برای تائید یا رد فرضیات از مدل معادلات ساختاری و بطور اخص تحلیل مسیر استفاده شده است.

تحلیل مسیر (مدل ساختاری) تکنیکی است که روابط بین متغیرهای تحقیق (مستقل، میانجی و وابسته) را بطور همزمان نشان می­دهد. هدف از تحلیل مسیر، شناسایی علیت (تاثیر) بین متغیرهای مدل مفهومی تحقیق است. مدل ساختاری در شکل زیر رابطه میان مسئولیت­های اجتماعی (چهار بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) با توسعه پایدار (بعد اقتصادی و بعد اجتماعی) را نشان می­دهد. شکل زیر مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد را نشان می‌دهد (خروجی نرم افزار آماری ایموس). تائید یا رد فرضیات (روابط) در حالت معناداری مشخص می‌شود. به عبارت دیگر چنانچه عدد معناداری بزرگتر از 96/1 یا کوچکتر از 96/1 – باشد فرضیه تائید می‌شود که در این مطالعه مقادیر نشان می­دهد که معناداری مورد تایید است.



شکل شماره 1: مدل ساختاری در حالت تخمین غیراستاندارد



شکل شماره 2: مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد

شاخص­های برازش مدل در جدول زیر آورده شده است.

جدول شماره شاخص های برازش مدل کلی

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| مدل کلی | X2/df | RMSEA | NFI | CFI | GFI | IFI | RFI | PRATIO | PNFI | PCFI | SRMR |
| میزان قابل قبول | 3> | 1/0> | 9/0≤ | 9/0≤ | 9/0≤ | 9/0≤ | 6/0≤ | 50/0≤ | 6/0≤ | 6/0≤ | 8/0> |
| محاسبه شده | 553/2 | 065/0 | 92/۰ | 94/۰ | 95/0 | 92/۰ | 71/۰ | 67/۰ | 74/۰ | 69/۰ | 03/۰ |

**بحث و نتیجه­گیری**

امروزه مسئولیت­پذیری شرکت­ها در توسعه پایدار به امر مهمی تبدیل شده است. این امر ارتباط شرکت­ها، به­خصوص شرکت­های بسیار بزرگ صنعتی همچون وزارت نفت (و یا فولاد ، سیمان و کشت و صنعت­ها و غیره) را در یک ارتباط دوسویه با ذینفعان قرار داده است: از یک طرف، از نظر قانونی باید به اجتماع انسانی و اجتماع زیستی توجه کنند و منجر به مخاطرات انسانی و زیستی نشوند. از طرف دیگر، یکی از مسیرهای مقبولیت جایگاه داخلی و بین­المللی آنها (از حیث ارتقاء جایگاه استانداردهای آنها و جذب مشتری و ذینفعان مختلف) میزان توجهی است که در قبال مسئولیت­های خود دارند.

یافت­های مطالعه حاضر با یافته­های مطالعه کاظمی و همکاران (1394)، حسینی رودبارکی و همکاران (1397)، خواجوند احمدی و سنایی (1395)، ثقفی و پورعلی (1400)، امیری (1399)، حساس­یگانه و برزگر (1392)، اردلان و همکاران (1394)، خنجری و همکاران (1397)، اقدام­پور و همکاران (1398)، شراعی (1398)، مظطرزاده و حجتی (1393) و رجائی و سالک (1395)، عسگری (1398)، همسو است که بر این باروند که مسئولیت اجتماعی شرکتی از شاخصه­های مهم موفقیت شرکت­ها به سمت توسعه پایدار است. علاوه بر این، این همسویی از نظر تاکید این مطالعات بر ایفای نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی در تسهیل مسیر حرکت به سوی توسعه پایدار، اعتماد اجتماعی به سازمان­ها و استفاده از ظرفیت ذینفعان در جهت توجه به ارزش­های آنها نیز هست. مضاف بر این، با یافته­های مطالعات مونتیل (2008)، کمیسیون اروپا (2002)، منشا (2011)، آپرنتی پریسیلا (2017)، انگ-نایا و کوآبنا جیمز (2011)، سیلویرا و پترینی (2018)، یوتینگ (2005)، جیتندرا و همکاران(2021)، خوانگ و همکاران (2021)، شلازنا و همکاران(2020)، کوستروبا (2021) همسو است. این مطالعات عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت­ها را یک ابزار مدیریت ارزشمند برای افزایش شهرت شرکت می­دانند. این امر مفاهیمی برای بهبود مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت­ها و توسعه پایدار دارد.

درحال‌حاضر، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت­ها، نه به‌عنوان یک مُد [اجتماعی و اقتصادی](https://www.donya-e-eqtesad.com/fa/tags/%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%DB%8C%2B%D9%88%2B%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%DB%8C) زودگذر، بلکه به مثابه بخش مهمی از زنجیره ارزش شرکت‌ها مطرح می­شود.سیاستگذاران ، طراحان ، پیمان­کاران و مجریان طرح احداث خط لوله نفت خام ترش سبزآب / ری ، باید اهداف مرتبط با مسئولیت اجتماعی را از سه منظر «شرکت‌ها»، «استانداردها» و «مردم» دنبال کنند تا به حداکثر کارایی برسند. سرمایه­گذاری و برنامه‌ریزی اجتماعی در این سه حوزه باعث می­شود که مفاهیم فرصت‌های اجتماعی پیش‌روی شرکت مضاعف شود. به این معنا با افزایش سرمایه اجتماعی و اعتماد نهایی ، هزینه­های اجتماعی مرتبط با پروژه­ها کاهش یابد و از تشدید آن چیزی که از آن تحت عنوان «نزاع­های جمعی» یاد کردیم، ممانعت به عمل آید. مسئولیت اجتماعی شرکت­ها یعنی مسئولیت شرکت در پاسخگویی به پیامدهای فعالیت هایی که جامعه را تحت تأثیر خود قرار می­دهد. منظور از جامعه، همه ذینفعان شرکت است که با شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران ، مناسبات عمدتاً اخلاقی و اجتماعی دارند. این مناسبات باید فراتر از مناسبات اقتصادی و قانونی این باشد، زیرا شرکت برای بقاء خود باید سودآوری اقتصادی و طراحی­های قانونی داشته باشد. مهمترین ذینفعان شرکت که در موقعیت شرکت به صورت مستقیم و غیرمستقیم مؤثر هستند، عبارتند از کارکنان، مردم محلی، شرکتهای سازنده ، پیمانکاران و محیط زیست. در این موازنه مردم و محیط زیست با تعددی روبرو شده­اند، زیرا سیاست­های از بالا به پایین با کنار زدن ارزش­های آنها نوعی اجبار به پیشرفت را تحمیل کرده و تفکر مهندسی بر تفکر اجتماعی غلبه کرده ست. لذا، توسعه همه­جانبه و هماهنگ باید به یک فرهنگ سازمانی تبدیل شود تا با فروبستگی اجتماعی و فرهنگی و زوال اعتماد سازمانی روبرو نشویم و محیط طبیعی و انسانی نیز با مخاطره روبرو نشود. بنابراین ، ایفای نقش مسئولیت اجتماعی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران در قبال دیگران و ذینفعان باید به­عنوان یک باور سازمانی نهادینه شود تا با خلق ارزش مشترك بین ذینفعان سازمانی و غیرسازمانی ، شرکت بتواند بین وضع موجود وآینده ارتباط برقرار سازد.

   وظیفه اصلی نهادینه‌سازی وجدان حرفه‌ای و رفتاری و باور به ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی شرکت ملی پالایش و پخش فراورده­های نفتی ایران، در وهله نخست متوجه مدیران، تصمیم‌گیران و سیاستگذاران است و سپس باید کارشناسان، کارکنان ، سهامداران و مردم نیز توجه خود را به این مهم معطوف کنند. صنعت نفت به دنبال توسعه پایدار است و مسئولیت اجتماعی به تحقق توسعه پایدار کمک می‌کند، مسئولیت­پذیري اجتماعی را به مثابة یک اقدام تدافعی برمی­گزینند. مسئولیت­پذیري اجتماعی، به منزلة ابزار امنیت شغلی (و حفاظت از منافع خصوصی)، حاصل درگیر شدن در مجموعه اي منظم از فعالیت­هاست که به توسعة روابط با ذينفعان شرکت و فعالان محیط زیست کمک می­کند و به دریافت حمایت از این گروهها می­انجامد و شامل فعالیت­هایی همچون واردکردن جنبة اجتماعی به محصول و فرایند تولید و اتخاذ برنامه­هاي ترقی منابع انسانی و رسیدن به درجة بالاتري از روابط دوستانه با محیط­زیست، از طریق بازیافت و کاهش آلودگی یا پیشرفت در اهداف اجتماعی سازمان، است. چنین فعالیت­هایی می­تواند احتمال کاهش چشمگیر موانع و مشکلات اجرای طرحهای توسعه ای صنعت نفت و همچنین تحریم شدن فرآورده ها و محصولات شرکت را افزایش دهد و از لابی­گري در مقابل شرکت ممانعت کند. در اصل ، یک مدیر باور دارد که از طریق خشنودي ذينفعان و برجسته کردن یک تصور مثبت و کاهش نگرانیها و آگاهیهاي زیست محیطی می تواند احتمال مورد بررسی قرار گرفتن خویش توسط ذينفعان، با هدف بررسی وقوع یا عدم وقوع مدیریت سود، را کاهش دهد.

در مجموع، شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران در اجرای طرح احداث خط لوله نفت خام ترش سبزآب / ری باید با کاهش ملاحظات صرفاً اقتصادی و رجحان اقتصاد بر سایر مولفه­هاپایداري ضعیف در این حوزه را کاهش دهد. ملاحظات اقتصادی و نفع­گرایانه شرط پایداري را بقاء و ثبات ارزش سرمایۀ کل (اعم از سرمایۀ فیزیکی، دارایی­هاي اجتماعی و مواهب طبیعی) می­داند و به محیط طبیعی وانسانی توجه کمتری دارد. در عوض، باید با ایجاد کانال­های ارتباطی (به این مقوله مراجعه شود) پایداري قوي را سرلوحه خود قرار دهد. به تعبیری، با تکیه بر نقش طبیعت و مشارکت­های انسانی، علاوه بر انطباق با شرایط روز، امکان بهره­برداری از طبیعت را به صورت طولانی مدت فراهم سازد.

**منابع:**

ابراهیمی، سیدنصرالله و اقاسیدجعفرکشفی، مونا (1395)، «شناسایی و ارزیابی پیامدهای زیست­محیطی، اجتماعی، ایمنی، امنیتی و بهداشتی پروژه­های بالادستی صنعت نفت و گاز»، مطالعات حقوق تطبیقی، دوره 7، شماره 1، صص 1-22.

اشرفی، جواد؛ رهنمای، فریدون؛ بنی­مهد، بهمن (1398)، «نظریه­های مسئولیت­پذیری اجتماعی شرکت­ها»، دانش حسابداري و حسابرسي مديريت – انجمن حسابداري مديريت ايران، سال 8، شماره 31.

اقتصادی، نهال (1392)، «مشارکت شهروندان؛ کلید توسعه پایدار اجتماعی در محلات شهری»، هویت شهر، شماره 16، سال 7.

امیری، سمیه (1399)، «مسئولیت­پذیري اجتماعی شرکت­ها»، راهبردهای حسابداری، سال 1، شماره 2، صص 59-75.

حسینی­رودباری، سکینه؛ خنجری، ملیحه؛ حیدری، غلامرضا (1397)، «رابطه بین مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار (با تاکید بر صنعت برق)»، دوازدهمین همایش بین المللی انرژی، تهران.

درویشی، محسن؛ شریف­زاده، محمدشریف؛ عبدالله­زاده، غلامحسین (1396)، «واکاوي نقش شرکت­هاي تعاوني روستايي در پيشبرد توسعة پايدار: رويکرد مسئوليت­يذیري اجتماعي»، توسعه وروستا، سال 20، شماره 3، صص 43-64.

رجائی، یدالله و سالک، مرضیه (1395)،«بررسی تاثیر عوامل سازمانی بر توسعه پایدار شرکت (مطالعه ای در شرکت های واقع در شهرک صنعتی شماره 1 زنجان)»، مطالعات کمی در مدیریت، سال 7، شماره 4 (پیاپی 27)، صص 34-52.

زاهدی، شمس­السادات و نجفی، غلامعلی (1385)، «بسط مفهومي توسعه پايدار»، مدرس علوم انسانی، دوره 10، شماره 4.

شرزه­ای، غلامعلی و محقق، محسن (1390)، «مقایسه نظریه­هاي پایداري ضعیف و قوي محیط زیستی در بستر مفهومی توسعه پایدار»، علوم محیطی، سال 9، شماره 2، صص 13-34.

فرجی، امید؛ فاطمه، جنتی؛ منصوری، کفسان؛ یونسی، فاطمه (1399)، «مسئولیت­پذیری‏اجتماعی ‏و ‏ارزش‏شرکت: نقش‏تعدیل­گر مدیریت‏ سود»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره 7، شماره 1، صص 25-58.

فرضی، شهرام و ازکیا، مصطفی (1396)، « تحليل جامعه­شناختي پيامدهای حضور صنعت نفت بر توسعة اجتماعي- اقتصادی- فرهنگي مناطق نفت­خيز از منظر ذینفعان محلي (مورد مطالعه: ساکنان حوزۀ ميدان نفتي دارخوین)»، توسعه محلی (روستایی-شهری)، دوره 8، شماره 2، صص 221-224.

کاظمی، مهدی و ملاحسینی، علی و عباسی، مهسا (1394)، «نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی در توسعه پایدار شرکت­های کوچک و متوسط»، کنفرانس بین­المللی جهت­گیری­های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تبریز.

کاظمیان، غلامرضا؛ قربانی­زاده، وجه­الله؛ شفیعا، سعید (1391)، «دسـتیابـی به تـوسعه پایدار محلی از طریق ظرفیت اجتماعی ساکنین و فعالان اقتصادی محله غیررسمی، مطالعه موردی : محله شمیران نو»، مطالعات شهری، سال 4.

مهربانپور، محمدرضا؛ مرتضی کاظم­پور و فروغ اسماعیل­بیگی (1395)، «تبیین رابطه متقابل بین مسئولیت پذیری اجتماعی و نظام راهبری شرکتی»، مجله حسابداری سلامت، سال پنجم، شماره دوم، پیاپی 16.

نامی، مینا (1392)، «تبیین عوامل موثر بر مشارکت شهروندان در مدیریت بهینه پسماندهای شهری (مطالعه موردی ناحیه 2 منطقه 17 شهرداری تهران)»، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت امور شهری، دانشگاه تهران.

Aguilera, R.V., Rupp, D.E., Williams, C.A. and Ganapathi, J. (2007), “Putting the S back in corporate social responsibility: a multilevel theory of social change in organizations”, Academy of Management Review, Vol. 32 No. 3, pp. 836-863.

Benlemlih, M., Bita,M., (2015).Corporate Social Responsibility and Investment Efficiency, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm? abstract\_id=2566891.

Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007), The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. The International Journal of Human Resource Management,18(10), 1701–1719.

Cahaya, F.R., Porter, S., Tower, G., & Brown, A. (2015), The Indonesian government’s coercive pressure on labour disclosures: Conflicting interests or government ambivalence? Sustainability Accounting, Sustainability Accounting, Management and Policy Journal,6(4), 475–497.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organisational stakeholders. Business Horizons. 39-48.

Cho, S. Y., Lee, C., Pfeiffer, R. J. Jr. (2013), Corporate social responsibility performance and information asymmetry. Journal of Accounting and Public Policy 32, 71-83**.**

Deegan, C. (2014), “An overview of legitimacy theory as applied within the social and environmental accounting literature”, in Jeffrey, U., Jan, B. and Brendan, O.’D. (Eds), Sustainability Accounting and Accountability, Routledge, New York, NY, pp. 248-272.

Evuleocha, S. U.,(2005), Managing indigenous relations: Corporate social responsibility in a new age of activism, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 10, No.4, , pp.328-340**.**

Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman.

Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007), Managing for stakeholders: Survival, reputation,and success: Yale University Press.

Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007), Managing for stakeholders: Survival, reputation,and success: Yale University Press.

Hamidu, A. A., Haron, M. H. and Amran, A. (2015). Corporate social responsibility: A review on definitions, core characteristics and theoretical perspectives. Mediterranean Journal of Social Science, 6(4): 83-95.

Ingley, C. B. (2008), Company growth and board attitudes to corporate social responsibility. International Journal of Business Governance and Ethics, 4 (1), pp. 17– 39.

Khuong, M. N, Nguyen Khoa Truong an, and Tran Thi Thanh Hang (2021), Stakeholders and Corporate Social Responsibility (CSR) programme as key sustainable development strategies to promote corporate reputation—evidence from vietnam, [Cogent Business & Management](https://www.tandfonline.com/toc/oabm20/current),Volume 8, [Issue 1](https://www.tandfonline.com/toc/oabm20/8/1).

Lu, Y. and Abeysekera, I. (2015), “What do stakeholders care about? Investigating corporate social and environmental disclosure in China”, Journal of Business Ethics, Vol. 144 No. 1, pp. 169-184.

Mamady, Keita (2016),Factors Influencing Attitude, Safety Behavior, and Knowledge regarding Household Waste Management in Guinea:A Cross-Sectional Study, Hindawi Publishing Corporation, Journal of Environmental and Puablic Health, 9 pages.

Mensah, [Victoria](https://www.amazon.com/s/ref%3Ddp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=Victoria+Mensah&text=Victoria+Mensah&sort=relevancerank&search-alias=books) .(2011) .Impact of Corporate Social Responsibility on Sustainable Development: A case Study of AngloGold Ashanti, Obuasi – Ghana. <https://www.amazon.com/Impact-Corporate-Responsibility-Sustainable-Development/dp/3639327705>.

Mesjasz-Lech, A. (2014) Municipal waste management in context of sustainable urban development. Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol.151, pp.244-256.

Montiel, I. (2008), Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures. Organ. Environ. 21,245–269.

Mukomo, S.(2019), Sustainable Urban Development in Sub-Saharan Africa. Cities. 13 (40).

Munasinghe, Mohan (1993). Environmental Economics and Sustainable Development. The World Bank Washington.D.C

Priscilla, A. (2017), Corporate Social Responsibility and Sustainable Community Development. A Case Study of AngloGold Ashanti, Adieyie and Teberebie, Ghana, Environmental Studies, <http://hdl.handle.net/1974/22656>.

Rahman, S. (2011). Evaluation of definitions: Ten dimensions of corporate social responsibility. World Review of Business Research, 1(1): 166-76.

Sheehy, B.; Farneti, F. (2021), Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? Sustainability, v 13, 5965. https://doi.org/ 10.3390/su13115965.

To, W. M. and Lee, P. K. (2017). A triple bottom line analysis of Hong Kong‟s logistics sector. Sustainability, 9(3): 388.

# Zelazna, A; Bojar, M; Bojar, E (2010), Corporate Social Responsibility towards the Environment in Lublin Region, Poland: A Comparative Study of 2009 and 2019, Sustainability*,*12 (11), 4463; <https://doi.org/10.3390/su12114463>.

1. این مقاله مستخرج از بخشی از رساله دکترای نویسنده است که در سال 1400 انجام شده است. [↑](#footnote-ref-1)
2. Mesjasz [↑](#footnote-ref-2)
3. Evuleocha [↑](#footnote-ref-3)
4. Ingley [↑](#footnote-ref-4)
5. Benlemlih & Bita [↑](#footnote-ref-5)
6. Cho, Lee & Pfeiffer [↑](#footnote-ref-6)
7. Mamady [↑](#footnote-ref-7)
8. Montiel [↑](#footnote-ref-8)
9. [Mensah](https://www.amazon.com/s/ref%3Ddp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=Victoria+Mensah&text=Victoria+Mensah&sort=relevancerank&search-alias=books) [↑](#footnote-ref-9)
10. Priscilla [↑](#footnote-ref-10)
11. Khuong etal [↑](#footnote-ref-11)
12. Zelazna [↑](#footnote-ref-12)
13. Jitendra etal [↑](#footnote-ref-13)
14. Aguilera et al. [↑](#footnote-ref-14)
15. Deegan [↑](#footnote-ref-15)
16. Lu and Abeysekera [↑](#footnote-ref-16)
17. Brammer et al. [↑](#footnote-ref-17)
18. Freeman [↑](#footnote-ref-18)
19. Carroll [↑](#footnote-ref-19)
20. Cahaya et al. [↑](#footnote-ref-20)
21. Freeman et al. [↑](#footnote-ref-21)
22. Hamidu et al. [↑](#footnote-ref-22)
23. To and Lee [↑](#footnote-ref-23)
24. Rahman [↑](#footnote-ref-24)
25. اساساً، پایداری شرکت­ها این دیدگاه است که شرکت­ها و مدیران آنها مسئولیتی فراتر از سود دارند -موضعی که به طور صحیح قوانین شرکت­ها را در حوزه­های قضایی عمده تحت تاثیر قرار داده است.پایداری ضعیف شرکت ها بر "داخلی سازی تأثیرات زیست محیطی و اجتماعی" متمرکز است . . . اما فقط تا حدی که این امر بر عملکرد مالی بلندمدت تأثیر مثبت داشته باشد. این رویکرد را می توان در صنعت نفت و گاز مشاهده کرد. روبان و یاشالووابر شرکت های بزرگ نفت و گاز تمرکز می کنند. در تجزیه و تحلیل ارزش­های عمومی که توسط 25 سازمان هیدروکربوری، دریافتند که ارزش­های اجتماعی توسط 48 درصد از سازمان­ها و ارزش­های زیست محیطی توسط 40 درصد از شرکت­ها شناخته شده است. در حالی که ارزش­های اجتماعی نسبتاً جزئی و حاشیه­ایی هستند. علاوه بر این، آنها دریافتند که علایق اجتماعی و زیست محیطی در بین ارزش­های شرکت­های عمده هیدروکربوری کمتر نشان داده شده است» (شیهی و فارنتی، 2021). [↑](#footnote-ref-25)
26. Weak Sustainability [↑](#footnote-ref-26)
27. Strong Sustainability [↑](#footnote-ref-27)
28. Mukomo [↑](#footnote-ref-28)
29. Munasinghe [↑](#footnote-ref-29)
30. 3.Survey [↑](#footnote-ref-30)
31. Coronbachs Alpha [↑](#footnote-ref-31)