

الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما با رویکرد نظریه داده‌بنیاد در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۶

زینب الهی‌نژاد^۱، سامره شجاعی^۲، محمودرضا چراغعلی^۳، محمودرضا مستقیمی^۴

از صفحه ۹۱ تا ۱۲۴

چکیده

سازمان‌ها با جایگاه اجتماعی، مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی به خواسته‌های جامعه را با توجه به ارزش‌های اخلاقی در قالب مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی دارند. هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما برای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در ایران براساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد است. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته استفاده شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش کدگذاری صورت گرفت. نمونه‌گیری به روش نظری و به صورت هدفمند انجام شد به طوری که ضمن انجام مصاحبه باز با ۲۵ نفر از خبرگان، مجموعه‌ای از مضامین اولیه طی فرایند کدگذاری باز گردآوری و از آن‌ها مقوله‌هایی استخراج شد. در مرحله کدگذاری محوری، پیوند این مقوله‌ها زیر عناوین شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها تعیین شد. با تحلیل مصاحبه‌ها در مرحله اول، ۳۴۰ کد اولیه به دست آمد و در کدگذاری انتخابی ۲۱ کد محوری استخراج شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، مفاهیم جذب نیروی انسانی، عدالت سازمانی و پیامدهای اجتماعی مسئولیت اجتماعی کارفرما دارای بیش‌ترین میزان فراوانی هستند. مقدار ضریب تعیین کد محوری قانون‌مداری از سایر کدهای محوری بیش‌تر بوده و معناداری وزن‌های رگرسیونی نشان‌گر روایی همگرایی مدل در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

کلمات کلیدی

مسئولیت اجتماعی کارفرما، ورود متقاضی، عدالت سازمانی، جذب نیروی انسانی.

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (رایانامه: Z.elahi920@gmail.com)

۲- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (رایانامه نویسنده مسئول: Shojaei@aliabadiu.ac.ir)

۳- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (رایانامه: M.cheraghali@gu.ac.ir)

۴- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (رایانامه: M-r-mostaghimi@yahoo.com)

مقدمه

در دنیای پرتلاطم امروزی، مدیران سازمانی به جهت اهمیتی که برای نام و آوازه خود قائل هستند، در پی کاهش مخاطرات محیطی و ایجاد شفافیت می‌باشند. به‌همین جهت سازمان‌های پاسخ‌گو و مستمع که برآورده ساختن نیازمندی‌های ذی‌نفعان حقیقی و حقوقی خود را در دستور کار خود قرار داده‌اند، به‌طور مستمر به ارزیابی نحوه تولید و عرضه محصولات در بازارهای مختلف می‌پردازند. با گذشت زمان، تغییرات فقط نگرش نسبت به افراد شاغل در سازمان‌ها و دانش و سرمایه‌های فکری آن‌ها را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد بلکه در ارزش‌های مسئولیت‌ها و نگرش‌های اجتماعی نیز مؤثر است، از این‌رو اگر مدیریت منابع انسانی در مدیریت کارکنان مؤثر است با ارزش‌ترین منابع کارکنان مسئولیت اجتماعی است و در این راستا سازمان‌ها می‌توانند برخی از مزیت‌های رقابتی خود را از طریق راهبرد مسئولیت اجتماعی کارفرما به‌دست آورند (فرهی، پورسعید و شعبانی، ۱۳۹۶: ۸۱).

اهمیت پرداختن به بحث مسئولیت اجتماعی کارفرما از آن‌رو است که جایگاه کلیدی و نقش راهبردی کارفرما در اثربخشی و افزایش بهره‌وری و کارایی سازمانی و تعالی عملکرد کارکنان، هنوز برای بسیاری از دست‌اندرکاران اجرایی مشخص نشده است و از طرفی دیگر به دلیل عدم شناخت عوامل مؤثر بر موفقیت مسئولیت اجتماعی کارفرما موجب کم‌رنگ شدن جایگاه مهم این موضوع در عملکرد سازمان و کسب مزیت رقابتی به‌ویژه در ارگان مهمی چون کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان کشور شده است. با مرور و کنکاش در مسئولیت اجتماعی اکثر سازمان‌ها، اثری از توجه به مقوله مسئولیت اجتماعی و توسعه منابع انسانی به چشم نمی‌خورد. به عبارت دیگر، تحقیقات در زمینه مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های داخل کشور و به‌ویژه در مورد کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بسیار محدود است. با توجه به مبانی نظری و پیشینه، مشخص شده است که عوامل روانی-اجتماعی به‌صورت مستقیم بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر دارند ولی تا به حال پژوهش‌های جامع در خصوص اثرات غیر مستقیم عوامل روانی اجتماعی از طریق متغیرهای میانجی نظیر اخلاق حرفه‌ای و پاسخ‌گویی سازمانی انجام نشده است (ووگتلین و گرین وود^۱، ۲۰۱۷: ۱۸۵). بر اساس

1- Voegtlin & Greenwood

مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از آن جایی که سازمان‌ها نیز مانند اشخاص حقیقی عضوی از اجتماع به‌شمار می‌روند و مانند سایر اعضای جامعه نسبت به محیط پیرامون خود مسئولیت دارند، ضروری است که علاوه بر بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی خود، ارتقای استانداردهای زندگی اجتماعی افراد جامعه را در دستور کار خود قرار دهند (آلوچنا^۱، ۲۰۱۰: ۶۱۵). هم‌چنین، سازمان‌ها می‌بایست به‌منظور نیل به پاسخ‌گویی اجتماعی در مقابل ذی‌نفعان و سایر افراد جامعه، به دغدغه‌های جامعه در خصوص محیط زیست، امور اجتماعی و بشردوستانه اهمیت داده و بسته به فرهنگ سازمانی خاص خود، به تدوین سیاست‌های سازمانی مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی مبادرت کنند (اوبیوس و آلاس^۲، ۲۰۰۹: ۹۳).

با توجه به این‌که امروزه دستگاه‌های فرهنگی هر کدام به ضرورت رسالت‌های فرهنگی خود اقدام به طرح و اجرای آموزش‌های فعالیتهای فرهنگی با هدف فرهنگ‌سازی و بالا بردن سطح اطلاعات و آگاهی افراد جامعه می‌کنند، بی‌شک نوجوانان را در محیط متغیر و پیچیده‌ای قرار می‌دهد که باید درست را از نادرست تشخیص دهند و می‌بینیم که قدرت تفکر خلاق بیش از سال‌های گذشته می‌تواند برای نوجوانان ضرورت داشته باشد تا در سایه آن بتوانند مسیر روشن‌تری را در زندگی خود ترسیم کنند، از این‌رو با توجه به این‌که کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با ایجاد برنامه‌های فرهنگی مختلف از قبیل کتاب و کتاب‌خوانی، بحث آزاد، بحث کتاب‌های خاص این گروه سنی، نمایش خلاق، شعرخوانی، معرفی شخصیت‌های برجسته فرهنگی، هنری، نشریه دیواری و ... در رشد و شکوفایی نوجوانان این مرز و بوم نقش شایسته و در خور تحسینی دارد که سوابق ۴۰ ساله این دستگاه چه در عرصه‌های بین‌المللی و چه در عرصه‌های داخلی گویای این ادعا است.

بی‌تردید توسعه سرمایه‌های انسانی در گرو بررسی، طراحی، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های اجتماعی است که منجر به توانمندسازی منابع انسانی برای پذیرش نقش‌های سازمانی و ایفای مؤثر و کارآمد آن می‌شود. از این‌رو از آن‌جا که کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از مهم‌ترین و معتبرترین تولیدکنندگان و ناشران کتاب‌های این دو

1- Aluchna

2- Übius & Alas

گروه سنی در ایران و نیز تهیه‌کننده مهم فیلم‌ها و سایر فرآورده‌های فرهنگی برای کودکان و نوجوانان می‌باشد لازم است که الگویی برای مسئولیت اجتماعی کارفرما در آن طراحی شود چرا که پاسخ‌گویی و انعطاف‌پذیری کارکنان جهت ارائه خدمات مطلوب‌تر و با کیفیت بالاتر به کودکان و نوجوانان جهت تداوم و ادامه حیات برای سازمان ضروری و اهمیتی مضاعف دارد.

به هر حال اگر چه کتاب‌ها و مقالات مختلفی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی تألیف شده است، اما هیچ‌کدام از آن‌ها به الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما علی‌الخصوص در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان نپرداخته‌اند و در عین حال بیش‌تر مطالعات صورت‌گرفته مرتبط با مسئولیت اجتماعی به ارتباط متغیرهای رفتار سازمانی با آن پرداخته‌اند، از این‌رو با توجه به خلاء پژوهشی بیان شده، دغدغه اصلی پژوهش حاضر مطالعه و ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما برای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در ایران بر اساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد است. بنابراین در این پژوهش، پژوهش‌گر به دنبال پاسخ‌گویی به سؤال زیر است: الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما با رویکرد نظریه داده‌بنیاد در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان چگونه است؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، در قالب جدول شماره یک، نشان داده شده است.

جدول شماره ۱: خلاصه پژوهش‌های صورت‌گرفته شده در حوزه مسئولیت اجتماعی

منبع	نتایج کلیدی	عنوان پژوهش
باقری‌نژاد، عبدالهی، حسن‌پور و جعفری‌نیا (۱۳۹۹)	تا وقتی که کارکنان درگیر کارهای روزمره باشند و بخواهند به شکل روتین یک سری فعالیت‌های تکراری و روزمره را انجام دهند، نباید انتظار داشته باشیم که سازمان به سمت مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی پیش برود.	طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی در صنعت برق
شاکری، بهانشی و بوستانی (۱۳۹۶)	رابطه بین مسئولیت اجتماعی و وفاداری کارکنان با توجه به تأثیر میانجی پنج بُعد از رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه اصفهان مثبت و معنادار است.	بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی سازمان و وفاداری کارکنان: نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی در بین

عنوان پژوهش	نتایج کلیدی	منبع
کارکنان دانشگاه اصفهان تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارفرما بر تعهد سازمانی	ایجاد شبکه‌ها و مجاری ارتباطی و زمینه‌سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت‌پذیری کارکنان شود می‌تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع شود.	اردلان، قنبری، بهشتی راد و نویدی (۱۳۹۴)
روابط ساده و ترکیبی بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مورد کارکنان دانشگاه ارومیه	مؤلفه‌های دریافت آموزش و تفاهم می‌توانند به‌طور مثبت و معنی‌دار ابعاد مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اجتماعی را پیش‌بینی کنند. در نتیجه می‌توان بیان کرد با توجه به جامعه‌پذیری کارکنان می‌توان شاهد بهبود و افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان بود.	سلطان‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)
تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی کارفرما و اعتماد مصرف‌کننده بر روی شهرت سازمان	آمده ابعاد مسئولیت اجتماعی با اعتماد مصرف‌کننده رابطه معناداری داشته و اعتماد مصرف‌کننده نیز با شهرت سازمان ارتباط معناداری دارد. هم‌چنین تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر فرهنگ و مشروعیت سازمان به‌عنوان واسطه اثر بر شهرت سازمان مورد بررسی قرار گرفت.	راه چمنی (۱۳۹۴)
رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سنندج)	دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی رهبر می‌توانستند نقش معناداری در پیش‌بینی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان داشته باشند.	سیف پناهی، موسوی جد، زندى و راستاد (۱۳۹۴)
درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی، مشارکت در کار و رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجی‌گری عدالت سازمانی	که هرچه کارکنان بیش‌تر به رفتارهای تعاونی و مشارکت در محل کار تشویق شوند، تأثیر مثبتی بر مسئولیت اجتماعی دارد. هم‌چنین بین تعامل شغلی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد.	فرید ^۱ و همکاران (۲۰۱۹)
رانندگان و موانع در مسئولیت اجتماعی کارفرما	دو محرک مهم اقدامات دارای مسئولیت اجتماعی کارفرما وجود دارد: دسترسی به یارانه‌های دولتی و بهبود محیط کار. هم‌چنین موانع مهم اصلی که توسط مدیران منابع انسانی برجسته شده‌اند، در تصمیم‌گیری با هیئت مدیره و یا مدیریت و فقدان پذیرش کارمندان، نقش دارند.	بارنا مارتینز و همکاران (۲۰۱۸)
سیاست‌ها و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما: اعتبار علمی و حرفه‌ای	اجماع نظر خبرگان اقدامات زیر را جزو اقدامات مسئولیت اجتماعی کارفرما ذکر کرده‌اند: جذب و حفظ کارمندان، آموزش و توسعه مداوم، مدیریت روابط شغلی، ارتباطات، شفافیت و گفت‌وگوی اجتماعی،	بارنا مارتینز ^۲ و همکاران (۲۰۱۷)

1- Farid

2- Barrera-Martinez

عنوان پژوهش	نتایج کلیدی	منبع
	تنوع و فرصت‌های برابر، پاداش منصفانه و مزایای اجتماعی، پیش‌گیری، سلامت شغلی و ایمنی در کار و تعادل کار - خانواده.	
بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط تولیدکنندگان	پروژه‌های توسعه در این شرکت‌ها به شش حوزه اصلی تقسیم می‌شود: برتری در آموزش، برنامه‌های مشارکت اجتماعی، کارآفرینی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، انجام کارهای داوطلبانه و حفاظت.	راسلی ^۱ و دیگران (۲۰۱۶)

بررسی پژوهش‌های خارجی در حوزه مسئولیت اجتماعی بیان‌گر این مطلب است که همگی با استفاده از روش‌های کمی و آماری، رویکردی جامع و نظام‌مند به مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی نداشته کرده و از ارائه مدلی جامع در در حوزه مسئولیت اجتماعی غافل مانده‌اند. هم‌چنین محدودیت مدل‌های ارائه شده داخلی، عدم توجه همه‌جانبه به عوامل و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران که اغلب ریشه در ویژگی‌ها و نحوه مدیریت دولتی دارند را در پی داشته که این امر پژوهش‌گران را به استفاده از روش داده‌بنیاد جهت شناسایی عواملی پنهان از دید پژوهش‌گران پیشین به‌منظور طراحی مدل ابعاد مسئولیت اجتماعی کارفرما سوق داده است.

مبانی نظری

مسئولیت اجتماعی کارفرما مجموعه‌ای از فعالیت‌های مدیریت است که نسبت به حداکثر کردن اثر مثبت عملیات شرکت بر جامعه اطمینان بخشی می‌کند؛ و یا عملیات به‌نحوی که قوانین، اخلاقیات، تجارت و انتظارات عمومی جامعه از کسب‌وکار، برآورده شود و یا به بیش از آن دست یافت (کانسال، جشی و باترا^۲، ۲۰۱۴: ۲۲۱). به‌عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی کارفرما شکلی از مدیریت است که شامل روابط اخلاقی و برخورد شفاف و روشن شرکت با تمامی ذی‌نفعانش می‌باشد که با استقرار آن به‌عنوان جزیی از اهداف سازمان که توان سازگاری با توسعه پایدار جامعه به حفظ منابع زیست‌محیطی و فرهنگی را ایجاد می‌کند و با ایجاد تنوع و بهبود، می‌تواند

1- Rosley

2- Kansal, Joshi & Batra

منجر به کاهش مشکلات اجتماعی برای نسل‌های آینده شود (طالقانی، نرگسیان و گودرزی، ۱۳۹۰: ۲۳۴). مطالعات مسئولیت اجتماعی کارفرما در حال رشد است و هر روزه ابعاد تازه‌ای از آن در علم مدیریت و رفتار سازمانی مورد کنکاش واقع می‌شود. پژوهش‌گران دانشگاهی حوزه کسب‌وکار، افزایش علاقه‌مندی و توجه به مسئولیت اجتماعی کارفرما را در طول سال‌های اخیر نشان داده‌اند. مقوله مسئولیت اجتماعی و محیطی در برخی از مستندات سیاسی و قانونی هم به‌وجود آمده و اهمیت روزافزونی در سطح بین‌المللی یافته است. امروزه، مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها با وظیفه پویا و چالش برانگیز برای به‌کارگیری استانداردهای اخلاقی اجتماعی برای مسئول بودن در قبال اعمال تجاری مواجه هستند (حقیقتیان، ۱۳۹۲: ۹). می‌توان ابعاد مسئولیت اجتماعی در سازمان را به‌صورت زیر تقسیم‌بندی کرد:

مسئولیت اقتصادی: نخستین بُعد مسئولیت کارفرما، بُعد اقتصادی است که در آن فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی مدنظر قرار می‌گیرد. به‌عبارت دیگر، مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است و در این خصوص کسب سود، حفظ منافع سازمان و مالکان ارائه کالا و خدمات با کیفیت و قیمت‌های مناسب و ایجاد بازار کار برای نیروی انسانی جامعه مورد توجه می‌باشد (لوپز^۱، ۲۰۱۶: ۳۸).

مسئولیت قانونی: دومین بُعد مسئولیت کارفرما، بُعد قانونی (حقوقی) است و سازمان‌ها ملزم می‌شوند که در چارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کنند. جامعه این قوانین را تعیین می‌کند و کلیه شهروندان و سازمان‌ها، موظف هستند به این مقررات به‌عنوان یک ارزش اجتماعی احترام بگذارند. بُعد قانونی مسئولیت اجتماعی التزام اجتماعی را نیز می‌گویند. مسئولیت قانونی در درجه کم‌تری از بُعد قبلی قرار دارد نشان‌دهنده این اصل است که هر کسب‌وکار مستلزم پیروی از قوانین و مقررات تعیین شده برای صلاح همگان است (کارول، ۱۹۹۱: ۴۳).

مسئولیت اخلاقی: سومین بُعد مسئولیت کارفرما، بُعد اخلاقی است. از سازمان‌ها انتظار می‌رود که هم‌چون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئونات اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند بُعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را پاسخ‌گویی اجتماعی می‌گویند.

1- López

مسئولیت اخلاقی مبهم‌ترین بُعدی است که کارول مطرح کرده است (کارول، ۲۰۰۸: ۹۴). این بُعد به‌عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر این که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آن‌ها احترام بگذارد توصیف می‌شود و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب است (کارول، ۱۹۹۶: ۲۷۳).

مسئولیت بشردوستانه: مسئولیت‌پذیری به‌مثابه یک شهروند خوب، مشارکت داوطلبانه و بشردوستانه در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های عام‌المنفعه به‌منظور التیام گوشه‌ای از آلام جامعه و ایفای نقشی قوی و مؤثر در حل مشکلات و معضلات اجتماعی است (خلیفه سلطانی و والی، ۱۳۹۴: ۳۷).

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و توسعه‌ای و برای گردآوری داده‌ها در این پژوهش، از روش کیفی و مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. با توجه به این که هدف اصلی در این پژوهش ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان می‌باشد، نیاز به بررسی و کنکاش در سطوح مختلف سازمان لازم و ضروری بوده و به‌همین دلیل جهت پی بردن به جنبه‌های نامحسوس موضوع، از روش نظریه داده‌بنیاد استفاده شد چرا که به کمک این روش می‌توان به ارائه نظریه بر اساس عوامل مختلف و ارتباط بین آن‌ها، پرداخت. به کمک بررسی مستندات علمی موجود و به کمک مصاحبه، اقدام به جمع‌آوری داده‌های خام شده و بر اساس اطلاعات دریافتی از مصاحبه‌ها، طراحی پرسش‌نامه انجام شده است. در گام نخست، داده‌های ژرف کیفی که از مصاحبه استخراج شده نه از مبانی نظری موجود، گردآوری شده و سپس بر اساس مؤلفه‌های استخراج‌شده در مرحله کیفی، اندازه‌گیری‌های دقیق آماری نیز بعد از آن و در مرحله کمی انجام شد. روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی اغلب مصاحبه است که در این پژوهش تمام مصاحبه‌ها ثبت و سپس در قالب فرم‌های ثبت نتایج، مستندسازی شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به ماهیت کیفی، اطلاعاتی که از مصاحبه جمع‌آوری شد و استخراج مفاهیم مشابه در آن‌ها از روش کدگذاری داده‌های کیفی، استفاده شد. جهت طراحی پرسش‌نامه سعی شد تا پرسش‌نامه از حیث شاخص‌هایی که اندازه‌گیری سازه‌ها را بر عهده دارند، متکی

بر پشتوانه مناسبی از تئوری‌ها و نظریه‌ها و هم‌چنین کاربردهای عملی آن در پژوهش‌ها و آزمون‌های متعدد باشند.

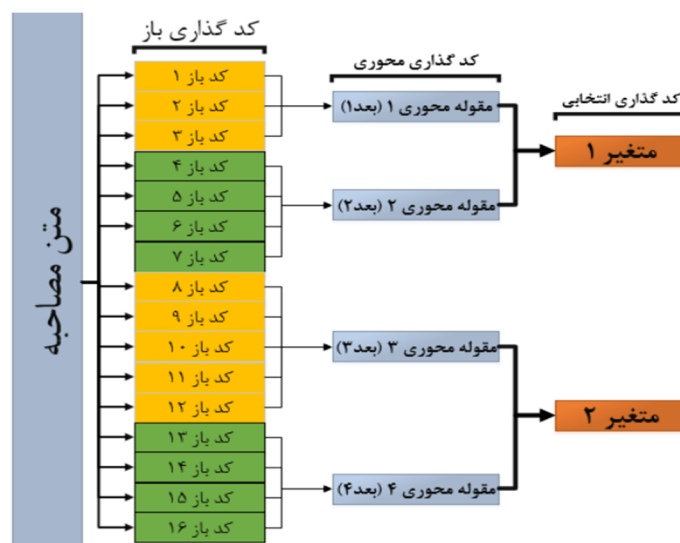
روایی پرسش‌نامه به صورت محتوایی، توسط اساتید راهنما و خبرگان و هم‌چنین مشاوران بررسی و تأیید شده و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و هم‌چنین پایایی ترکیبی سنجیده شده و بین جامعه آماری آن که شامل مدیران و خبرگان که در این حوزه فعالیت دارند توزیع شده و با تحلیل این پرسش‌نامه، چارچوب ادراکی مورد نظر اعتبارسنجی شده است (دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۸۶: ۷۳). تعداد افراد نمونه در نمونه‌گیری کیفی بر مبنای روش گلوله‌برفی و اشباع نظری داده‌ها می‌باشد. در پژوهش حاضر رویکرد هدف‌مند در انتخاب نمونه کیفی پژوهش استفاده شده و از روش نمونه‌برداری گلوله‌برفی در شناسایی و انتخاب مطلعین کلیدی استفاده شد. در مرحله مصاحبه به منظور آگاهی از نظر خبرگان موضوع، از ۲۵ نفر خبره مصاحبه صورت گرفته است. فرآیند مصاحبه به گونه‌ای طراحی شد که بعد از مصاحبه، داده‌ها، کدگذاری و سپس تحلیل شدند تا ضمن شناسایی و تأیید مؤلفه‌های مطرح‌شده، توسط صاحب‌نظران، این ابعاد در مصاحبه‌های بعدی در صورت لزوم پیگیری شوند. برای برآورد حجم نمونه در فرآیند جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه اکتشافی، نمونه‌گیری نفرات اول به صورت نظری انجام شده و تا رسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت. در این پژوهش از مصاحبه نفر یازدهم، داده‌ها تکرار شد و مفهوم جدیدی شناسایی نشد، از این‌رو کفایت نمونه‌گیری محرز شد. در حوزه ادبیات پژوهش، تمام اسناد بالادستی جزو جامعه اسنادی پژوهش بودند و در حوزه راهبردی نیز تمام مدیران و خبرگان مرتبط، جزو جامعه آماری محسوب شدند که با ویژگی‌های زیر انتخاب شدند:

- حداقل سابقه خدمت در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان کشور ده سال؛
- سطح تحصیلات دانشگاهی کارشناسی و بالاتر؛
- اشتغال در مشاغل مدیریتی و سرپرستی حداقل پنج سال؛
- سابقه فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی؛
- حسن شهرت و تعامل و ارتباط مناسب با کارکنان؛
- اشراف بر مسائل، مشکلات و ویژگی‌های منابع انسانی سازمان.

یافته‌ها

یافته‌های بخش کیفی

در مطالعه حاضر، نخست، داده‌ها از مصاحبه‌شوندگان (۲۵ مدیر ارشد سازمانی و صاحب‌نظر دانشگاهی) استخراج شدند، حاصل این مصاحبه‌ها مجموعه‌ای از مضامین اولیه است که طی فرآیند کدگذاری باز، گردآوری و از درون آن‌ها مقوله‌هایی استخراج شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری پیوند میان این مقوله‌ها ذیل عناوین: شرایط علی، پدیده‌محوری، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدهای مسئولیت اجتماعی کارکنان در قالب الگوواره کدگذاری محوری تعیین شد و با طبقه‌بندی و کدگذاری آن‌ها نظریه درباره مسئله به‌دست آمد. به‌بیانی دیگر می‌توان گفت که داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها با روش کدگذاری در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی مورد تحلیل قرار گرفتند و در انتها بر اساس نتایج به‌دست آمده مدل نهایی بر اساس عوامل به‌دست آمده، ارائه شد. در شکل شماره یک این مراحل نشان داده شده است.



شکل شماره ۱: مراحل کدگذاری سه گانه و تعیین مفاهیم و مقولات

نظریه داده‌بنیاد براساس تحلیل داده‌های متون و اسناد مورد تحلیل و با استفاده از کدگذاری نظری شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی

برای پاسخ‌گویی به سؤال‌های پژوهش انجام می‌پذیرد.

کدگذاری باز، محوری و گزینشی: در مرحله تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، مهم‌ترین کار مشخص کردن طبقه‌های شاخص‌ها و رویدادها است تا از طریق آن پژوهش‌گر به تدریج با وقایع و علت آن‌ها بیش‌تر آشنا شود. جهت انجام کدگذاری باز راه‌های مختلفی وجود دارد. یکی از روش‌ها تحلیل سطر به سطر است که با بررسی دقیق داده‌ها، عبارت‌به‌عبارت و گاه کلمه به کلمه انجام شد. سپس با خواندن عمیق متن مصاحبه‌ها به مفهوم‌سازی و با ذهنی آزاد، مفاهیم نام‌گذاری و محدودیتی برای آن‌ها در نظر گرفته نشد. با افزایش مفاهیم، دسته‌بندی آن‌ها را آغاز کند و هر دسته را در زیر اصطلاحات انتزاعی‌تر یعنی همان مقوله‌ها قرار گرفتند که این فرایند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی، کدگذاری محوری هستند و سپس شرایط علی، زمینه‌ها، شرایط واسطه‌ای، راهبردها و پیامدهای آن تعیین شد. آخرین مرحله مربوط به کدگذاری گزینشی شامل پالایش و یکپارچه‌سازی مقولات و مرحله ارائه نظریه است. در مرحله یکپارچه‌سازی، مقوله‌های حول یک مفهوم مرکزی که قدرت توضیح‌دهندگی دارد مرتب شدند. همین‌که ما خود را به یک اندیشه مرکزی پایبند کردیم، مقوله اصلی توسط جمله‌های تبیینی که حاکی از ارتباط هستند به یکدیگر وصل می‌شوند. این فرایند به ساخت نظریه کمک می‌کند و آن را بهبود بخشیده و اعتبار درونی آن را افزایش می‌دهد. حین خوانش متن مصاحبه‌ها و مقالات و برچسب‌گذاری داده‌ها و عبارات و جملات مهم و کلیدی، مجموعه‌ای از کدهای اولیه استخراج و تولید شد. این فرایند به کدگذاری محوری معروف است که حاصل نهایی مرحله کدگذاری محوری، استخراج ۳۴۰ کد بود. سپس در مرحله دوم عملیات کدگذاری، با بررسی کدهای اولیه و وجوه تمایز و شباهت‌های آن‌ها، برخی از کدها حذف یا ادغام شده و نهایتاً کدهای مشابه و هم‌گروه در دسته‌های بزرگ‌تری دسته‌بندی شدند. در این مرحله براساس گزاره‌های حکمی پژوهش، پرسش‌های متناسب با آن‌ها ارائه شدند. سپس به‌منظور بررسی سؤال‌های پژوهش از رویکرد دوم‌مرحله‌ای استفاده شد. بدین ترتیب که در مرحله اول مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش به‌منظور اطمینان از دارا بودن سازه‌ها از حداقل معیارهای علمی تعریف شده مورد آزمون قرار می‌گیرند. سپس در مرحله دوم، پس از اطمینان

نسبی از قابل قبول بودن مدل‌های اندازه‌گیری حاضر در مدل معادله ساختاری، به آزمون و بررسی مدل‌های ساختاری پژوهش می‌پردازیم. براساس الگوواره کدگذاری محوری، گزاره‌های حکمی و قضایای پژوهش، پرسش اصلی عبارت است از: الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان کدام است؟ جدول شماره دو، مقوله‌ها، کدهای محوری و اولیه مؤثر و ضرایب بار عاملی مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کارفرما را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲: مقوله‌ها، کدهای محوری و اولیه مؤثر و ضرایب بار عاملی مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کارفرما

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
قانون مداری		اجرای قوانین سازمانی و قانون‌مداری (۰/۹۳۶)
		عدم تبعیض در تخصیص حقوق و مزایا (۰/۹۳۸)
		اختصاص حقوق و مزایا در دوره کارآموزی و آموزش (۰/۹۱۶)
		شرایط قانونی (۰/۹۱۱)
		داشتن مجوزهای قانونی (۰/۸۴۵)
		انصاف و عدالت (۰/۸۱۱)
		تضمین قانونی (۰/۹۸۷)
		انجام قرارداد معتبر (۰/۹۳۶)
		رعایت قوانین حقوقی مربوط به استخدام و شغل (۰/۸۶۵)
		توجه به توانایی‌های افراد (۰/۸۸۷)
رعایت اصل آزادی		توجه به قابلیت‌های افراد (۰/۹۰۸)
		عدم واگذاری اعمال شاق خارج از توان افراد (۰/۷۸۶)
		عدم اجبار به کار اضافه (۰/۸۸۷)
		دستمزد واقعی (۰/۹۶۵)
		عدم ممنوعیت در شغل (۰/۹۶۵)
		عدم اجبار در کار (۰/۹۷۸)
		شهرت (۰/۹۳۶)
برند کارفرمایی		کیفیت محصول (۰/۸۸۹)
		سهام بازار (۰/۷۷۸)
		سودآوری (۰/۹۳۲)
		اعتمادسازی (۰/۹۰۸)
		تصویر ذهنی (۰/۸۷۷)

۱- قبل از ورود به سازمان

مقاله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
		مشارکت پذیر (۰/۹۲۱)
		مهارت مدیریت زمان (۰/۹۵۳)
		سلامت روانی (۰/۹۷۸)
		سلامت جسمی (۰/۹۱۱)
		سرعت عمل و چابکی (۰/۸۹۰)
		مدیریت بحران (۰/۷۹۱)
		تحلیل گری (۰/۹۲۳)
		هدف مندی (۰/۹۶۷)
		انضباط (۰/۸۹۳)
		درک تناسب (۰/۹۱۱)
		فرهنگ پذیر (۰/۸۴۶)
		مدیریت تصویرسازی (۰/۸۹۷)
		روحیه بالا (۰/۸۷۶)
		پذیرش ارزش ها (۰/۹۱۱)
		هویت خود (۰/۸۹۸)
		مسئولیت آزموده شده (۰/۹۴۸)
		پیشینه تجربی (سابقه کار) (۰/۹۲۱)
		درک انتظارات و وظایف (۰/۹۸۷)
		ادراک سازمانی (ادراک نقش) (۰/۹۶۵)
		خودکنترلی (۰/۸۹۷)
		خودکارآمدی (۰/۷۸۹)
		مهارت اجتماعی (۰/۹۲۱)
		پاسخگویی (۰/۸۹۶)
		مهارت فنی (۰/۹۱۱)
		مهارت زبان بدن (۰/۸۶۴)
		حس مالکیت به سازمان (۰/۸۷۴)
		متعهد (۰/۹۳۶)
		قدرت تصمیم (۰/۹۲۱)
		تغییرپذیر (۰/۹۴۳)
		یادگیرنده (۰/۹۳۱)
		انطباق و سازگاری (۰/۷۸۹)
		دانش و اطلاعات (۰/۷۸۹)
		انتقادپذیر (۰/۶۷۹)
		انعطاف پذیر (۰/۸۹۵)
		نوآور و کارآفرین (۰/۹۱۱)

جذب نیروی انسانی

مقاله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
کشف و شناسایی		استفاده از پتانسیل‌های سازمان (۰/۸۹۷)
		توجه به امکانات موجود (۰/۹۱۱)
		امکانات اجتماعی (۰/۷۸۰)
		افزایش شرکای تجاری یا تأمین‌کنندگان (۰/۷۸۹)
		ایجاد روابط مطلوب با ذی‌نفعان (۰/۶۸۵)
		سرمایه‌گذاری در منابع انسانی (۰/۹۴۶)
		کشف استعدادها (۰/۹۳۱)
		استفاده از منابع مالی (۰/۹۱۱)
		جامعه‌پذیری سازمانی (۰/۹۱۶)
		تیم‌سازی (۰/۸۹۷)
حمایت مدیران		ایجاد هویت شغلی (۰/۷۸۹)
		اجتماعی‌سازی (۰/۸۵۶)
		فرهنگ‌سازی (۰/۸۹۶)
		رابطه مبتنی بر مشورت و مشارکت (۰/۸۹۳)
		نگاه انسانی نه ابزاری به نیروی کار (۰/۷۸۲)
		مدیریت تعارض (۰/۷۸۳)
		جهت‌گیری برای تغییر و تحول (۰/۸۷۱)
		جهت‌گیری بهبود سازمانی (۰/۷۹۲)
		عدالت‌محوری (۰/۸۹۱)
		توجه عاطفی به متقاضیان شغل (۰/۶۵۲)
		دانش روان‌شناختی (۰/۶۷۸)
		مهارت اجرای مسئولیت اجتماعی (۰/۸۷۹)
		آموزش بدو استخدام (۰/۸۹۰)
		دانش کافی درباره نگهداری منابع انسانی (۰/۶۷۹)
		دانش کافی از فرایند جذب (۰/۸۹۰)
		آگاهی به مسئولیت اجتماعی کارفرما (۰/۸۲۹)

مقاله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
		پاسخ‌گویی به ذی‌نفعان (۰/۷۷۹)
		آشنا به مهارت‌های مورد نیاز شغل (۰/۹۷۹)
		ابزار مناسب سنجش (۰/۵۸۹)
		مهارت گوش دادن (۰/۸۵۹)
		آشنایی با زبان بدن (۰/۶۹۹)
		رعایت حریم خصوصی (۰/۹۲۱)
		رعایت حقوق افراد (۰/۸۹۹)
		تنوع‌پذیری فرهنگی (۰/۷۷۹)
		تنوع مذهبی (۰/۸۱۹)
		تنوع قومیتی (۰/۷۷۹)
		تنوع سن (۰/۶۷۹)
		تنوع جنسی (۰/۶۲۹)
		رعایت عدالت (۰/۸۷۸)
مصاحبه‌گر		احترام به متقاضیان (۰/۷۷۳)
		پذیرش تعارض (۰/۵۳۹)
		قدرت چانه زنی (۰/۶۸۴)
		خلاق (۰/۸۴۶)
		روانشناس (۰/۵۵۱)
		با اخلاق (۰/۸۲۶)
		منطقی (۰/۸۲۱)
		آموزش دیده (۰/۷۲۶)
		آشنایی با اهداف سازمانی (۰/۹۷۲)
		تعهد به سیستم (۰/۸۸۳)
		مهارت مذاکره و مصاحبه (۰/۷۹۸)
		متخصص (۰/۷۷۸)
		دارای دانش کافی (۰/۷۸۱)

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
		جذابیت سازمان (الگوی جاذبه) (۰/۷۵۴)
		تصویر سازمان (۰/۷۸۷)
		سیاست‌های سازمان (۰/۶۸۹)
		افشای اطلاعات (۰/۸۸۱)
		ویژگی‌های تولید و خدمات (۰/۶۸۱)
		ویژگی‌های مخاطب/ارباب رجوع (۰/۷۹۳)
		ارتباط با شاغلین و کارشناسان هر پست (۰/۸۹۳)
		ارتباط با مدیران سازمان (۰/۸۲۸)
		ویژگی‌های شغل (۰/۷۶۱)
		اختیارات شغلی (۰/۸۷۱)
		استقلال داخلی (۰/۹۸۱)
		هویت شغل (۰/۸۹۷)
پیام‌رسانی منطقی		چالش‌ها و مشکلات (۰/۶۷۸)
		اهمیت شغل (۰/۹۸۶)
		مزایا (۰/۹۸۹)
		جایگاه شغلی در ساختار سازمان (۰/۹۷۱)
		وظایف شغلی (۰/۸۷۹)
		نقاط قوت شغل (۰/۷۹۱)
		نقاط ضعف شغل (۰/۷۴۶)
		وضعیت فعلی سازمان (۰/۶۸۳)
		پیام‌رسانی (۰/۷۷۶)
		وب سایت (۰/۷۶۱)
		تبلیغات (۰/۸۷۹)
		اطلاع‌رسانی (۰/۶۸۹)
		تجزیه و تحلیل شغل (۰/۸۱۱)
توجه به تناسب فرد و سازمان		تناسب متمم (۰/۶۹۶)
		تناسب مکمل (۰/۷۸۴)

مقاله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
ایجاد تعادل بین کار و زندگی		وجود فرصت تفریح (۰/۷۶۵)
		ایجاد قانون مشاوره (۰/۸۶۱)
		درک متقابل کارفرما و کارگر (۰/۹۱۱)
		بی توجهی به مشکلات (۰/۶۷۹)
		توجه به نیازهای فرد (۰/۸۱۱)
		کاهش فشار کار (۰/۷۶۳)
		حمایت از کارکنان (۰/۹۲۳)
		حجم کار قابل قبول (۰/۸۶۹)
		فرصت مشارکت در امور منزل (۰/۹۲۱)
		مرخصی کافی (۰/۹۳۲)
نظام جبران خدمت		حقوق مکفی (۰/۹۹۶)
		جبران خدمت بر اساس نتایج ارزیابی (۰/۹۳۸)
		پاداش منصفانه (۰/۹۹۷)
		اعطای پاداش بر اساس عملکرد (۰/۹۷۹)
		ارائه منافع غیرمادی به کارکنان (مزایا) (۰/۹۲۷)
		ارائه کمک اجتماعی به کارکنان (۰/۹۸۵)
		بیمه (مسئولیت مدنی، حوادث، عمر، بیکاری، درمان) (۰/۹۶۴)
		کار هیجان آور و چالش زا (۰/۸۶۹)
		وجود روحیه و فرهنگ مشارکت (۰/۹۲۶)
		مشورت و همکاری (۰/۹۴۷)
۲- حین ورود به سازمان		روابط اجتماعی مطلوب (۰/۹۴۱)
		فاصله سازمانی بین کارفرما و کارگر (۰/۹۲۴)
		شکاف مهارتی بین کارفرما و کارگر (۰/۹۱۳)
		گسستگی اخلاقی در رابطه بین فرد و سازمان (۰/۶۷۹)
		ارتقاء روابط بین کارفرما و کارکنان (۰/۸۲۸)
		مشارکت با محیط‌های محلی (۰/۷۸۹)
		توجه به نوآوری‌های کارکنان (۰/۹۱۶)
		علاقه به رهبری و مشارکت (۰/۹۳۴)
		مشاوره و همکاری با کارکنان (۰/۸۵۷)
		اعتماد متقابل کارفرما و کارگر (۰/۸۱۴)
مشارکت و تعامل		تفویض اختیار (۰/۸۷۱)
		وجود ارتباطات چندسویه (۰/۸۳۱)

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
عدالت سازمانی		ایجاد فرصت برابر (۰/۷۹۳)
		امتیاز ویژه برای افراد معلول و محروم (۰/۷۶۵)
		فرصت استخدامی برابر (۰/۸۷۹)
		تدارک تجهیزات (۰/۷۸۶)
		تأمین امکانات (۰/۶۷۴)
		فرصت تعالی (۰/۹۳۷)
		فرصت کارورزی (۰/۷۸۹)
		شرایط مناسب کاری (۰/۹۳۲)
		قراردادهای روان‌شناختی (وعده وعیدهای شفاهی) (۰/۶۷۹)
		قرارداد رابطه‌ای (۰/۷۶۵)
		قرارداد مبادله‌ای (۰/۷۴۳)
		مبارزه با ناهنجاریهای سازمانی (۰/۸۶۱)
		پاداش منصفانه (۰/۹۹۷)
		صداقت و راستی (۰/۹۳۸)
		احقاق حقوق کارمند (۰/۸۹۹)
		سلامت و اخلاق سازمانی (۰/۹۷۶)
		برابری در دسترسی به آموزش شغلی (۰/۹۵۶)
		دفاع از حقوق کارکنان (۰/۹۹۴)
		عدم تبعیض (۰/۹۵۹)
		مذهبی (۰/۶۸۱)
جنسیتی (۰/۵۶۱)		
قومی-قبیله‌ای (۰/۶۷۱)		
شفافیت (۰/۹۸۳)		
ارتقای کیفیت زندگی شغلی		شفافیت قانون حاکم بر سازمان (۰/۹۴۶)
		مبارزه با تبعیض‌های استخدامی (۰/۹۶۸)
		تلاش بلندمدت جهت شفافسازی مسائل و مشکلات سازمانی (۰/۹۵۹)
		ایجاد عدالت کاری (۰/۹۷۲)
		اعطای حقوق و مزایای مناسب برای کارکنان (۰/۹۸۷)
		اخلاق‌گرایی و دفاع از حق و حقوق کارکنان (۰/۹۳۸)
		انگیزه بهبودبخشی به زندگی شغلی (۰/۹۰۱)
		ارتقا سطح کیفیت زندگی (۰/۹۷۴)
		انگیزه نشاط شغل (۰/۸۶۱)
		کیفیت شغلی کارکنان (۰/۹۱۵)
توسعه و تحول سازمانی (۰/۹۳۵)		
بهبود شرایط سازمان (۰/۹۳۱)		

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
امنیت شغلی		آموزش و یادگیری (۰/۸۴۹)
		توجه به نیازهای کارکنان (۰/۹۲۹)
		مدیریت منقطع زمان در آموزش (۰/۷۸۱)
		نشاط شغلی (۰/۸۷۱)
		ساعات کاری (۰/۹۲۱)
		پاداش و ارتقاء (۰/۹۷۹)
		دستمزدها (۰/۹۷۶)
		رعایت قانون کار (۰/۸۷۳)
		امنیت استخدامی (۰/۹۹۲)
		پاسخ گو بودن شرکت (۰/۹۱۶)
		قراردادهای استخدامی (۰/۷۶۵)
		ایجاد امنیت سازمانی (۰/۸۷۶)
		اشتیاق شغلی (۰/۹۶۱)
		انگیزه ارتقای شغلی (۰/۹۹۱)
		نظام ارزیابی (۰/۷۹۳)
		شفافیت در معیارهای ارزیابی کارکنان (۰/۸۹۶)
		ارزیابی از شیوه‌های مختلف (۰/۶۸۹)
استفاده از ابزارهای مناسب (۰/۷۸۴)		
پیوند با جبران خدمت (۰/۸۹۹)		
ارزیابی با هدف قدردانی (۰/۹۳۲)		
توسعه ارزیابی متناسب با عملکرد (۰/۹۱۳)		
بدون تبعیض (۰/۹۸۵)		
واقعی و بدون ارفاق (۰/۸۷۱)		
منصفانه (۰/۹۹۷)		
به‌روزرسانی شده (۰/۹۰۶)		
عدم تغییر و دست‌کاری مصلحتی (۰/۹۱۳)		
متناسب با عملکرد (۰/۹۹۱)		
شفاف (۰/۹۳۶)		
مهارت مصاحبه (۰/۸۹۵)		
مصاحبه‌گر متعهد به سیستم (۰/۸۵۷)		
دارای مهارت مذاکره (۰/۸۴۶)		
متخصص و ماهر (۰/۸۹۵)		
آموزش‌دیده (۰/۹۰۴)		
جست‌وجوی نیروی انسانی بالقوه توانمند (۰/۹۰۷)		
توجه به تفاوت‌های فردی افراد (۰/۹۶۸)		
توجه به استعدادها (۰/۹۷۶)		
شایسته‌پروری (۰/۹۱۶)		
تخصص‌گرایی (۰/۹۷۶)		
شایسته‌گزینی (۰/۹۵۹)		

شایسته‌سالاری

مقاله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه	
	اعتماد سازمانی	خیرخواهی (۰/۸۹۷)	
		صلاحیت (۰/۸۷۷)	
		اعتباربخشی (۰/۷۹۱)	
		حمایت سازمانی (۰/۹۸۱)	
		اطمینان از رونق کار (۰/۹۱۲)	
		اطمینان از رشد و ترقی خود (۰/۸۹۲)	
		ایجاد نگرش مثبت به محیط کار (۰/۸۷۱)	
		ایجاد اطمینان (۰/۷۹۰)	
		رعایت انصاف (۰/۹۷۶)	
		توسعه انسانی (۰/۹۷۱)	
		رشد و تعالی (۰/۹۹۶)	
		توجه به اخلاقیات (۰/۹۵۳)	
		توجه به معنویات (۰/۹۸۷)	
		فرد به‌عنوان خالق ارزش‌ها (۰/۹۹۱)	
	روابط انسانی	روحیه همکاری (۰/۹۹۴)	
		رضایت مشتری (متقاضی) (۰/۹۹۹)	
		فرهنگ سازمانی (۰/۹۴۱)	
		تنوع فرهنگی (۰/۹۲۵)	
		وضوح و شفافیت (۰/۹۹۸)	
		صمیمیت (۰/۹۱۴)	
		جو سازمانی (۰/۹۲۸)	
		اخلاقیات (۰/۹۷۱)	
		پیامدهای فردی مسئولیت اجتماعی کارفرما	رضایت متقاضی (مشتری) (۰/۹۹۹)
			پیگیری شغلی (۰/۸۷۱)
	پیامدهای سازمانی مسئولیت اجتماعی کارفرما	کاهش ترک خدمت (۰/۸۹۹)	
		بهره‌وری (۰/۹۸۷)	
		افزایش ماندگاری کارکنان (۰/۹۷۶)	
		کاهش هزینه جابه‌جایی (۰/۸۶۵)	
		افزایش تنوع نیروی انسانی (۰/۸۶۱)	
	توسعه عدالت سازمانی (۰/۹۶۸)		
۳- بعد از ورود به سازمان پیامدها و تأثیرات مسئولیت اجتماعی کارفرما			

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
		حفظ منابع (۰/۹۱۱)
		استفاده بهینه از منابع معنوی سازمان (۰/۹۷۳)
		استفاده بهینه از منابع مالی (۰/۹۵۸)
		حفظ اموال عمومی (۰/۷۸۹)
		توسعه شخصی کارکنان (۰/۹۳۶)
		حفظ حقوق و منافع (۰/۹۷۶)
		جبران هزینه (۰/۹۴۵)
		حفظ محیط زیست (۰/۹۲۱)
		سرمایه‌گذاری بر روی منابع انسانی (۰/۹۹۶)
		جذب کارکنان با استعداد (۰/۹۷۶)
		استفاده بهینه از منابع معنوی سازمان (۰/۸۸۷)
		استفاده بهینه از منابع مادی (۰/۹۸۷)
		تعهد اجتماعی (۰/۹۹۱)
		خیرخواهی (۰/۸۹۳)
		مسئولیت‌پذیری در برابر فرهنگ جامعه (۰/۹۷۶)
		توجه به مشکلات اجتماعی (۰/۹۵۷)
		انتظارات اجتماعی (۰/۹۶۵)
پیامدهای اجتماعی		اهداف اجتماعی (۰/۹۴۸)
		جبران زیان‌های اجتماعی (۰/۹۲۷)
		تأثیرات اجتماعی (۰/۹۴۱)
		کاهش مشکلات اجتماعی (۰/۹۲۸)
		اشتغال‌زایی (۰/۹۵۷)
		تعهد در برابر محیط زیست (۰/۹۱۸)
		تعهد در برابر جامعه (۰/۹۱۷)
		رفاه عمومی (۰/۸۹۷)
		وضعیت درآمدی (۰/۹۳۷)
		مزایا و منافع (۰/۸۶۱)
		دستمزد عادلانه (۰/۹۹۱)
		پاداش مناسب (۰/۹۹۷)
		تسهیلات رفاهی (۰/۹۶۷)
		تأمین منافع عمومی (۰/۸۹۰)
		بهبودی اجتماعی (۰/۸۹۷)
		افزایش کارمندیابی (۰/۸۶۱)
		خدمت خالصانه به جامعه (۰/۹۶۸)
		آگاهی و دانش کارکنان (۰/۹۷۳)

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	کد اولیه
		کاهش بیکاری (۰/۹۸۱)
		رعایت مسائل اخلاقی (۰/۹۵۸)
		آموزش‌های حرفه‌ای در جهت رفاه (۰/۹۱۴)
		اهداف اجتماعی (۰/۹۴۸)

مقدار مناسب بودن برای ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می‌باشد. همان‌طور که مشاهده می‌کنید تمامی ضرایب بار عاملی کد مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کارفرما دارای مقادیر بیش‌تر از ۰/۴ به بالا است، بنابراین پایایی مدل‌های اندازه‌گیری قابل قبول می‌باشد.

توصیف فراوانی مؤلفه‌ها

یافته‌های مربوط به مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود متقاضی: اولین عامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کارفرما که مورد شناسایی قرار گرفت عامل قبل از ورود متقاضی است که در برگیرنده ۱۰ مفهوم شامل قانون‌مداری، رعایت اصل آزادی، برند کارفرمایی، جذب نیروی انسانی، کشف و شناسایی، حمایت مدیران، مصاحبه‌گر، پیام‌رسانی منطقی، توجه به تناسب فرد و سازمان و ایجاد تعادل بین کار و زندگی و شامل ۴۳۵ فراوانی در کدها است. بیش‌ترین فراوانی در بین داده‌ها متعلق به مفهوم جذب نیروی انسانی با ۱۴۰ بار تکرار در محتوای مورد مطالعه مشاهده شد. از این‌رو به‌نظر می‌رسد از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، یکی از عوامل اصلی مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود به سازمان میزان جذب نیروی انسانی است. کم‌ترین فراوانی در بین عوامل قبل از ورود متقاضی مربوط به رعایت اصل آزادی بوده است که کم‌ترین میزان فراوانی در بین نظرات مصاحبه‌شوندگان داشته است. در جدول شماره سه، توصیف فراوانی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود متقاضی نشان داده شده است.

جدول شماره ۳: توصیف فراوانی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود متقاضی

مضامین (مقولات)	مفاهیم	فراوانی	درصد
مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود متقاضی	قانون مداری	۱۶	۳/۶۸
	رعایت اصل آزادی	۲	۰/۴۶
	برند کارفرمایی	۱۸	۴/۱۴
	جذب نیروی انسانی	۱۴۰	۳۲/۱۸
	کشف و شناسایی	۱۲	۲/۷۶
	حمایت مدیران	۶۱	۱۴/۰۲
	مصاحبه گر	۷۵	۱۷/۲۴
	پیام رسانی منطقی	۴۷	۱۰/۸۰
	توجه به تناسب فرد و سازمان	۲۷	۶/۲۱
	ایجاد تعادل بین کار و زندگی	۳۷	۸/۵۱
جمع		۴۳۵	۱۰۰

باتوجه به جدول شماره سه، درصد فراوانی جذب نیروی انسانی از دیگر مفاهیم در مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود متقاضی بیش‌تر است. سازمان فقط هنگامی می‌تواند به موفقیت و اهداف راهبردی خود برسد که افرادی را جذب کرده باشد که از توانایی و علاقه برای ایفای رسالت خویش برخوردار باشند.

یافته‌های مربوط به مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی: دومین عامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کارفرما که مورد شناسایی قرار گرفت مجموعه عوامل حین ورود متقاضی است که در برگزیده ۸ مفهوم و ۲۷۴ کد شامل نظام جبران خدمت، مشارکت و تعامل، عدالت سازمانی، ارتقای کیفیت زندگی شغلی، امنیت شغلی، شایسته سالاری، اعتماد سازمانی و روابط انسانی است. بیش‌ترین فراوانی در بین داده‌ها متعلق به مفهوم عدالت سازمانی با ۹۰ بار تکرار در محتوای مورد مطالعه مشاهده شد. از این‌رو به‌نظر می‌رسد از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، یکی از مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی، عدالت سازمانی است. کم‌ترین فراوانی در بین عوامل حین ورود متقاضی، ارتقای کیفیت زندگی شغلی است که کم‌ترین تأکید در بین نظرات داشته است. در جدول شماره چهار، مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی و درصد فراوانی هر عامل ارائه شده است.

جدول شماره ۴: توصیف فراوانی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی

مضامین (مقولات)	مفاهیم	فراوانی	درصد
مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی	نظام جبران خدمت	۱۱	۴/۰۱
	مشارکت و تعامل	۵۰	۱۸/۲۵
	عدالت سازمانی	۹۰	۳۲/۸۵
	ارتقای کیفیت زندگی شغلی	۷	۲/۵۵
	امنیت شغلی	۳۸	۱۳/۸۷
	شایسته‌سالاری	۳۹	۱۴/۲۳
	اعتماد سازمانی	۱۷	۶/۲۰
	روابط انسانی	۲۲	۸/۰۳
جمع	۸ کد	۲۷۴	۱۰۰

از جدول شماره چهار استنباط می‌شود درصد فراوانی عدالت سازمانی از دیگر مفاهیم در مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی بیش‌تر است. عدالت سازمانی به‌عنوان پایه‌ای اساسی و ضروری برای اثربخشی کنش‌ها و کارکردها می‌باشد. چنین توجهی در مورد عدالت در سازمان‌ها امر غیرمنتظره‌ای نیست، چون عدالت اولین عامل سلامتی مؤسسه‌های اجتماعی محسوب می‌شود.

یافته‌های مربوط به مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما بعد از ورود متقاضی: سومین عامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کارفرما که مورد شناسایی قرار گرفت مجموعه عوامل بعد از ورود متقاضی به سازمان است که در برگزیده ۳ مفهوم و ۱۰۷ کد شامل پیامدهای فردی مسئولیت اجتماعی کارفرما، پیامدهای سازمانی مسئولیت اجتماعی کارفرما و پیامدهای اجتماعی مسئولیت اجتماعی کارفرما است. بیش‌ترین فراوانی در بین داده‌ها متعلق به پیامدهای اجتماعی مسئولیت اجتماعی کارفرما است که با ۸۷ بار تکرار در محتوای مورد مطالعه رکورد بیش‌ترین تأکید صاحب‌شوندگان را به خود اختصاص داد. کم‌ترین فراوانی در بین عوامل بعد از ورود متقاضی، پیامدهای فردی مسئولیت اجتماعی کارفرما است که کم‌ترین تأکید در بین نظرات را داشته است. در جدول شماره پنج، مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما بعد از ورود متقاضی و درصد فراوانی هر عامل ارائه شده است.

جدول شماره ۵: فراوانی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما بعد از ورود متقاضی

مضامین (مقولات)	مفاهیم	فراوانی	درصد
پیامدها و نتایج	پیامدهای فردی مسئولیت اجتماعی کارفرما	۲	۱/۸۷
	پیامدهای سازمانی مسئولیت اجتماعی کارفرما	۱۸	۱۶/۸۲
	پیامدهای اجتماعی مسئولیت اجتماعی کارفرما	۸۷	۸۱/۳۱
جمع	۳ کد	۱۰۷	۱۰۰

به‌طور کلی سه عامل بر مسئولیت اجتماعی کارفرما تأثیر دارند که شامل مقولات: ۱. مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل ورود؛ ۲. مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود؛ ۳. مسئولیت اجتماعی کارفرما بعد از ورود است. با توجه به نتایج، بیش‌ترین فراوانی در بین داده‌ها، متعلق به مفهوم «جذب نیروی انسانی» با ۱۴۰ بار تکرار در محتوای مورد مطالعه مشاهده شد. از این‌رو به‌نظر می‌رسد از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، یکی از اصلی‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی کارفرما، جذب نیروی انسانی است. کم‌ترین فراوانی مربوط به رعایت اصل آزادی و پیامدهای فردی مسئولیت اجتماعی کارفرما بوده است که کم‌ترین تأکید در بین نظرات داشته است. در جدول شماره شش، فراوانی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما در برابر متقاضی و درصد فراوانی هر عامل ارائه شده است.

جدول شماره ۶: فراوانی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما در برابر متقاضی بر اساس کدگذاری در نرم‌افزار

مکس کیودا

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	فراوانی	درصد	جمع
۱- قبل از ورود به سازمان	قانون‌مداری	۱۶	۳/۶۸	۴۳۵
	رعایت اصل آزادی	۲	۰/۴۶	
	برند کارفرمایی	۱۸	۴/۱۴	
	جذب نیروی انسانی	۱۴۰	۳۲/۱۸	
	کشف و شناسایی	۱۲	۲/۷۶	
	حمایت مدیران	۶۱	۱۴/۰۲	
	مصاحبه‌گر	۷۵	۱۷/۲۴	
	پیام‌رسانی منطقی	۴۷	۱۰/۸۰	
	توجه به تناسب فرد و سازمان	۲۷	۶/۲۱	
	ایجاد تعادل بین کار و زندگی	۳۷	۸/۵۱	
۲- حین ورود به سازمان	نظام جبران خدمت	۱۱	۴/۰۱	۲۷۴
	مشارکت و تعامل	۵۰	۱۸/۲۵	

مقوله اصلی	کد محوری (مضمون)	فراوانی	درصد	جمع
	عدالت سازمانی	۹۰	۳۲/۸۵	
	ارتقای کیفیت زندگی شغلی	۷	۲/۵۵	
	امنیت شغلی	۳۸	۱۳/۸۷	
	شایسته سالاری	۳۹	۱۴/۲۳	
	اعتماد سازمانی	۱۷	۶/۲۰	
	روابط انسانی	۲۲	۸/۰۳	
	پیامدهای فردی مسئولیت اجتماعی کارفرما	۲	۱/۸۷	
پس از ورود	پیامدهای سازمانی مسئولیت اجتماعی کارفرما	۱۸	۱۶/۸۲	۱۰۷
	پیامدهای اجتماعی	۸۷	۸۱/۳۱	
جمع کلی: ۳	۲۱ کد محوری (مضمون)		۱۰۰	

بنابراین مسئولیت اجتماعی کارفرما بیش تر در قبل از ورود متقاضی / نیروی انسانی به سازمان اهمیت دارد و بعد از ورود کارگران و کارمندان، مسئولیت اجتماعی در برابر متقاضیان مشاغل و افراد جویای کار و استخدام اهمیت نمی یابد.

به منظور تحلیل داده های کمی و تعیین میزان حمایت مدل نظری به وسیله داده های نمونه ای از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

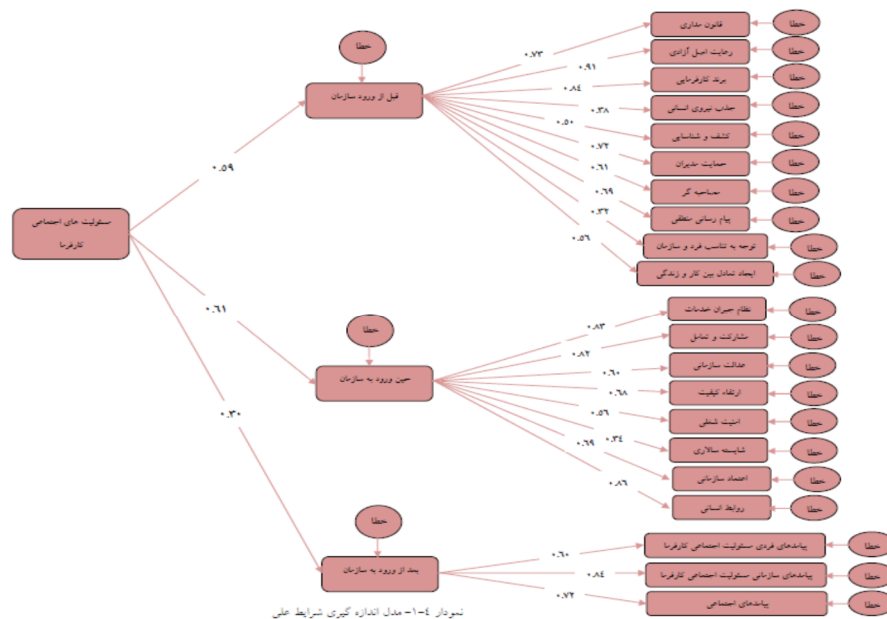
مرحله اول: در این مرحله معناداری هر یک از بارهای عاملی در مدل اندازه گیری مورد قرار گرفت. به منظور آزمون مدل، از ۶ شاخص مهم برازش استفاده شد یکی از این شاخص ها، شاخص معناداری کا اسکوتر (P) بود که از جمله شاخص های برازش مطلق محسوب می شود. این دسته از شاخص ها بر مبنای تفاوت واریانس ها و کوواریانس های مشاهده شده از یک سو، و کوواریانس های پیش بینی شده براساس پارامترهای مدل تدوین شده از سوی دیگر، محاسبه می شوند. مقدار کا اسکوتر بزرگ تر از ۰/۰۵ بیان گر معناداری مدل است. جدول شماره هفت، شاخص های برازش مدل کلی پژوهش را نشان می دهد.

جدول شماره ۷: شاخص های برازش مدل

شاخص های برازش	P	CMIN/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
مدل پژوهش	۰/۰۷	۰/۶۸۴	۰/۹۸۸	۰/۹۹۶	۰/۹۶۴	۰/۰۶۳

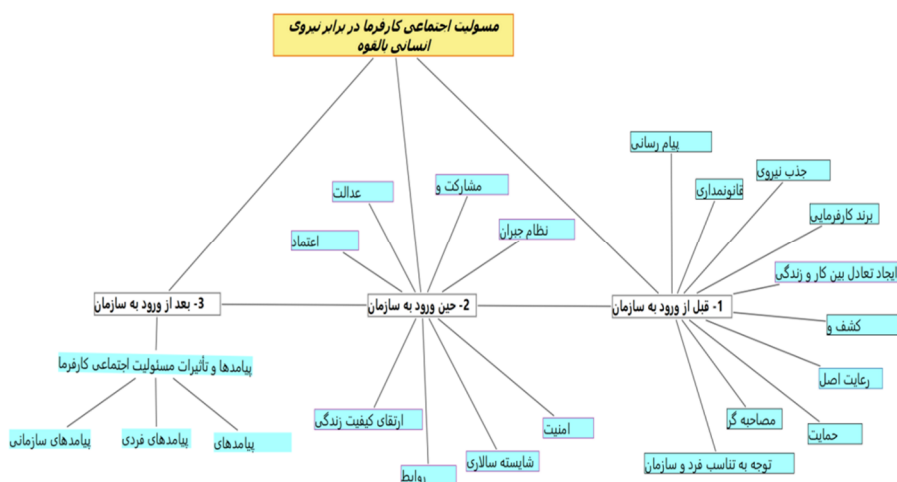
نتایج به دست آمده از آزمون مدل پژوهش حکایت از برآزش بالای مدل پژوهش دارد. هم‌چنین در راستای این‌که چه مقدار از متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین می‌شود از معیار ضریب تعیین (R^2) استفاده شد که مشخص شد متغیر قانون‌مداری دارای بیش‌ترین میزان ضریب تعیین می‌باشد.

مرحله دوم مدل اندازه‌گیری شرایط علی: سپس در مرحله دوم، از طریق روش رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر، داده‌ها به مدل معادله ساختاری برآزش شد. شکل شماره دو، مدل اندازه‌گیری شرایط علی را نشان می‌دهد. این مدل یک مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم است. معناداری وزن‌های رگرسیونی نشان‌گر روایی هم‌گرایی مدل در سطح اطمینان ۹۹ درصد است. شاخص‌های برآزش مدل در جدول شماره هفت، حکایت از برآزنده بودن مدل در سطح خطای ۱ درصد دارند. بارهای عاملی نیز مبین این موضوع است که واریانس شرایط علی مسئولیت اجتماعی کارفرما، توان تبیین ۳۵ درصد ($0/59^2$) از واریانس مسئولیت اجتماعی کارفرما قبل از ورود متقاضی، ۳۸ درصد ($0/61^2$) از واریانس مسئولیت اجتماعی کارفرما حین ورود متقاضی و تبیین ۹ درصد ($0/30^2$) از واریانس مسئولیت اجتماعی کارفرما بعد از ورود متقاضی را دارد.



شکل شماره ۲: مدل اندازه‌گیری شرایط علی

باتوجه به نتایج حاصل از یافته‌های کیفی و کمی، مدل ابعاد مسئولیت اجتماعی کارفرما در برابر متقاضیان و نیروی انسانی مطابق با شکل شماره سه ترسیم می‌شود.



شکل شماره ۳: مدل مسئولیت اجتماعی کارفرما در برابر متقاضیان و نیروی انسان

بحث و نتیجه‌گیری

با پیشرفت صنعت و فناوری و به طبع آن تغییرات محیط و اجتماع، تأثیرات سازمان‌ها بر جامعه بیش‌تر از پیش مورد توجه قرار گرفته است. به‌خصوص این‌که سازمان‌ها به‌عنوان لایه‌های میانی و حلقه‌های ارتباطی میان افراد و جامعه تلقی می‌شوند. سازمان‌ها ضمن آن‌که به حفظ و بقای خود می‌اندیشند، باید گامی فراتر از این نگاه برداشته و به پیامدها و آثار خود بر جامعه نیز توجه داشته باشند. تغییرات فقط نگرش نسبت به افراد شاغل در سازمان‌ها و دانش و سرمایه‌های فکری آن‌ها را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد بلکه در ارزش‌های مسئولیت‌ها و نگرش‌های اجتماعی نیز مؤثر است. مسئولیت اجتماعی به‌عنوان موضوعی مهم برای هر سازمان عامل بقاء یا انحطاط آن به‌شمار می‌رود، در این میان توجه به اخلاق و مسئولیت‌پذیری مدیران و کارکنان در قبال جامعه تحت عنوان مسئولیت اجتماعی مدیران مورد بحث سال‌های اخیر است. هدف این پژوهش، ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با استفاده از نظریه داده‌بنیاد است. براساس نتایج پژوهش، از

مؤلفه‌های مهم در مسئولیت اجتماعی کارفرما، مضمون جذب نیروی انسانی است که این مفهوم با پژوهش‌های استرن‌برگ^۱ (۲۰۰۹: ۱۱) از نظر عامل جذب کارکنان برتر در سازمان، دیرانی^۲ و همکاران (۲۰۰۹: ۹۱) با عنوان بهبود عملکردهای مدیریت منابع انسانی از جمله جذب، آموزش، ارزیابی عملکرد و ... بکر و همکاران (۲۰۱۰: ۲۳) با جذب و استخدام کارکنان برتر هم‌خوانی دارد. چنان‌چه سازمانی از مزیت رقابتی جذب و تأمین منابع انسانی اثربخش و واجد صلاحیت برخوردار باشد و از استاندارد مشخصی تبعیت کند، تلاش می‌کند علاوه بر مطالعه ماهیت و ویژگی‌های مورد نیاز هر شغل به گردآوری و گزارش اطلاعات کافی در مورد آن‌ها بپردازد و به رفع نارسایی‌ها و کاستی‌هایی که در کیفیت زندگی کاری کارکنان به وجود می‌آید، توجه کند. هم‌چنین این رویکرد، برنامه‌ریزی دقیق و عمیقی درباره نحوه ورود و خروج منابع انسانی ارائه می‌دهد و از طریق فرایند کارمندیابی، شرایط لازم برای ایجاد بهبود در نحوه ورود کارجویان بالقوه را مهیا ساخته و تدابیر لازم برای انتخاب بهترین کارکنان را با تفکر و بینش راهبردی فراهم می‌سازد.

مضمون عدالت سازمانی از دیگر مؤلفه‌های اصلی در مسئولیت اجتماعی کارفرما می‌باشد که با نتایج پژوهش بکر (۲۰۱۱: ۲۴) که توجه به پاداش عادلانه به کارکنان، فرصت‌های شغلی و آموزشی عادلانه، بهبود فرایند جذب کارکنان را عواملی مهم در الگوی مسئولیت اجتماعی کارفرما معرفی می‌کند هم‌خوانی دارد یا با پژوهش راسلی و همکاران (۲۰۱۶: ۳۵) که اشاره به موضوع رعایت انصاف در برخورد با کارکنان، سلامت و ایمنی کارکنان و ایجاد تنوع در سازمان دارد مشابهت دارد. عدالت از جمله الزامات هر نوع مشارکت اجتماعی است. استمرار حضور افراد در گروه‌ها به نحوه ادراک آنان از چگونگی و رعایت انصاف و عدالت بستگی دارد. هرچه اعضای گروه یا سیستم اجتماعی، ادراک عادلانه از رفتار سیستم داشته باشند، تعهد بیش‌تری برای مشارکت و توسعه آن خواهند داشت. درک عدالت در سازمان، اصل اساسی برای کارکرد مؤثر سازمان‌ها و رضایت افراد است. بدون درک این عامل در سازمان‌ها،

1- Strandberg

2- Dirani

انگیزش افراد برای مدیران مشکل است. رفتارهای عادلانه با افراد، تعهد آنان را افزایش می‌دهد و تلاش‌های داوطلبانه آنان را برای نیل به اهداف دوچندان می‌کند.

سازمان‌ها به‌منظور حفظ مشروعیت خود و بقا در محیط، باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. این نقش اجتماعی از این اصل پذیرفته شده نشأت می‌گیرد که هر فردی در قبال رفتار خود مسئول و پاسخ‌گو است و سازمان‌ها نیز از این مقوله مستثنی نیستند. نتایج پژوهش مدهوشی و باروج (۱۳۹۱: ۶۱) رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را عامل بقای سازمان نشان می‌دهد. صالحی امیری و مطهری‌نژاد (۱۳۸۹: ۱۰۴) مشارکت تمامی ذی‌نفعان در ایجاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رعایت آن را از عوامل اصلی موفقیت و توسعه معرفی می‌کنند. پژوهش کارول (۱۹۹۹: ۲۷۱) نشان داد رعایت اخلاق کسب‌وکار، فعالیت‌های اجتماعی و بشردوستانه می‌تواند معضلات کار و اثرات اجتماعی آن را کاهش دهد. سازمان‌ها با تدوین و شفاف‌سازی کدهای اخلاقی در سطح فردی، سازمانی و عمومی بر تعهد سازمانی و به تبع آن مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان تأثیر می‌گذارند. اگر سازمان‌ها نتوانند سیاست‌ها و رهنمودهای اخلاقی را تدوین و به‌کار بگیرند یا اطمینان نداشته باشند که کارکنان می‌دانند آن‌ها چه هستند و این رهنمودها را درک می‌کنند یا خیر، نمی‌توانند کارکنان را در قبال رفتار غیراخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی‌شان پاسخ‌گو بدانند. معیارهای (کدها) اخلاقی هم‌چون نقشه‌های راهنمایی هستند که به‌اعضای یک سازمان کمک می‌کنند تا نقش‌های خود را به‌وضوح و روشنی کامل در جهت اهداف فردی، سازمانی و اجتماعی ایفاء کنند. اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی از جمله مباحثی است که امروزه سازمان‌ها جهت رعایت حقوق اقشار جامعه، محیط و طبیعت بایستی مدنظر داشته باشند. در واقع التزام به اخلاق و اصول حرفه‌ای از طریق تدوین، آموزش و اجرای کدهای اخلاقی، سرمایه اجتماعی و ارزشمندی است که موفقیت بلندمدت سازمان را تضمین می‌کند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج حاصل شده از انجام این پژوهش و به منظور پاسخ‌گویی و انعطاف‌پذیری کارکنان جهت ارائه خدمات مطلوب‌تر و با کیفیت بالاتر به کودکان و نوجوانان، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- راه‌اندازی سیستم پاسخ‌گویی در خصوص ابهامات و موارد سؤال برانگیز به‌منظور شفاف‌سازی اصول و معیارهای اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛
- آموزش مستمر در جهت شناخت، ضرورت وجود و رعایت اخلاقیات در سازمان برای مدیران و کارکنان؛
- در نظر گرفتن پاداش یا امتیازات ویژه برای کارکنانی که در اجرا و رعایت کدهای اخلاقی مشارکت فعال دارند، در جهت افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان؛
- برای تبیین اخلاق حرفه‌ای در یک حوزه خاص، پیشنهاد می‌شود ابتدا مسائل اخلاقی آن حوزه شناسایی و سپس با تدوین کدهای اخلاقی، پاسخ‌هایی برای این مسائل ارائه شود که در این میان نقش مدیران توانمند در رهبری اخلاقی سازمان، فوق‌العاده حائز اهمیت است. مدیر به‌منظور صیانت از تعالی سازمانی می‌تواند از طریق تدوین کدهای اخلاقی با مشارکت تمامی ذی‌نفعان و آموزش آن کدها به‌عنوان راه‌کاری در پیاده‌سازی و اجرای اصول اخلاق حرفه‌ای، تعهد کارکنان را ارتقاء و سازمان را به‌لحاظ اجتماعی پاسخ‌گو کند.

تشکر و قدردانی

در انتها پژوهش‌گران بر خود وظیفه می‌دانند از همکاری و مساعدت مدیران کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که ما را در انجام این پژوهش یاری رساندند کمال تشکر و قدردانی را به‌عمل آورند.

منابع

- اردلان، محمدرضا؛ قنبری، سیروس؛ بهشتی‌راد، رقیه و نویدی، پرویز. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه). فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزش‌یابی آموزشی، ۵ (۱۰)، ۱۰۹-۱۳۲.
- باقری‌نژاد، زینب؛ عبدالهی، بیژن؛ حسن‌پور، اکبر و جعفری‌نیا، سعید. (۱۳۹۹). طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی در صنعت برق، نشریه علمی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱۲ (۲)، ۱۴۷-۱۸۷.
- حقیقتیان، منصور. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان (مورد مطالعه شرکت نفت کرمانشاه). فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۴ (۳)، ۱-۱۷.
- خلیفه سلطانی، حشمت و والی، فرزانه. (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی شرکتی و مصادیق موفق آن، نگاهی به شرکت‌های برتر ملی و بین‌المللی. تهران: کنفرانس مسئولیت اجتماعی صنعت نفت.
- راه‌چمنی، احمد و کاوسی، کامیار. (۱۳۹۴). تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده بر روی شهرت سازمان. دو فصلنامه راهبردهای بازرگانی، ۲ (۵)، ۲۳-۴۴.
- سلطانزاده، وحید؛ قلاوندی، حسن و سیدعباس‌زاده، میرمحمد. (۱۳۹۴). روابط ساده و ترکیبی بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه ارومیه). فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۱۶ (۱)، ۷۳-۸۹.
- سیف‌پناهی، حامد؛ موسوی جد، سیدمحمد؛ زندی، خلیل و راستاد، آرمان. (۱۳۹۴). رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سندنج). فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۶ (۴)، ۲۱۳-۲۲۲.
- شاکری، احمد؛ بهانشی، عبدالله و بوستانی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی سازمان و وفاداری کارکنان: نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه اصفهان). فصلنامه مطالعات منابع انسانی، ۶ (۲۴)، ۸۹-۱۰۸.
- صالحی امیری، سیدرضا و مطهری‌نژاد، سید مجید. (۱۳۸۹). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ذی‌نفعان. پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (۲). تهران: معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی / گروه پژوهشی: مدیریت، آموزش و منابع انسانی. فصلنامه مرکز تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۶۰ (۱)، ۹۹-۱۲۴.
- طالقانی، غلامرضا؛ نرگسیان، عباس و گودرزی، مصطفی. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (مطالعه موردی: اداره کل مالیات غرب استان تهران). دوماهنامه دانشور رفتار، ۱۸ (۱)، ۲۲۹-۲۴۲.
- فرهی، علی؛ پورسعید، سیدمسعود و شعبانی، محسن. (۱۳۹۶). به‌کارگیری نیروهای متخصص در پست‌های متناسب با تخصص‌های آنان. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۹ (۱)، ۷۵-۱۰۰.
- مدهوشی، مهرداد و باروج، سمانه. (۱۳۹۱). اهمیت اخلاق کسب‌وکار و مسئولیت اجتماعی در سازمان. گیلان: اولین همایش ملی تازه‌های مدیریت دانش

- Aluchna M. (2010). Corporate social responsibility of the top ten: examples taken from the Warsaw Stock Exchange. *Social responsibility journal*, 6 (4), 611-626.
- Barrena-Martínez, J., López-Fernández, M., & Romero-Fernández, P. M. (2017). Socially responsible human resource policies and practices: Academic and professional validation. *European research on management and business economics*, 23(1), 55-61.
- Barrena-Martínez, J., López-Fernández, M., & Romero-Fernández, P. M. (2018). Drivers and Barriers in Socially Responsible Human Resource Management. *Sustainability Journal*, 10(5), 1532-1546.
- Becker, W. S. (2011). Are You Leading a Socially Responsible and Sustainable Human Resource Function?. *Journal of People and Strategy*, 34(1), 18-23.
- Becker, W. S., Carbo, J. A., & Langella, I. M. (2010). Beyond self-interest: Integrating social responsibility and supply chain management with human resource development. *Human Resource Development Review Journal*, 9(2), 144-168.
- Boesso, G., & Michelon, G. (2010). The effects of stakeholder prioritization on corporate financial performance: An empirical investigation. *International Journal of Management*, 27(1), 470-496.
- Carroll, A. B. (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons Journal*, 34(1), 39-48.
- Carroll, A. (1996). *Ethical and stakeholder management*. OH: South-Western Publishers.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & society Journal*, 38(3), 268-295.
- Dirani, A. M., Dima, R., & Jamali, M. A. (2009). Corporate Social Responsibility what Role for Human Resource? Conference Paper. Conference: British Academy of Management, At Brighton, UK, 87-103.
- Farid, T., Iqba, S., Jianhong, M., Castro-González, S., Khattak, A., & Khalil Khan, M. (2019). Employees' Perceptions of CSR, Work Engagement, and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Effects of Organizational Justice. *International - Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10), 17-31.
- Fernández López, M. (2016), Strategic corporate social responsibility of human resources based on high commitment and organizational results. Ph.D. thesis, University of Madrid, Madrid, Spain. Available online: <http://eprints.ucm.es/40615/1/T38184>.
- Hardt, S. S., Thurow-Kröning, B., & Frey, D. (2009). Preference-based escalation: A new interpretation for the responsibility effect in escalating commitment and entrapment. *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(1), 175-186.
- Kansal, M., Joshi, M., & Batra, G. S. (2014). Determinants of corporate social responsibility disclosures: Evidence from India. *Journal of Advances in Accounting*, 30(1), 217-229.
- Rosley, C., Eugenio, P., & Silva, T. (2016). Corporate Social Responsibility: A Case Study in Subsidiaries from Brazil and China. *Journal of Technology Management and Innovation* 10(3), 31-47.

- Strandberg, C. (2009). The role of human resource management in corporate social responsibility issue brief and roadmap. Report for Industry Canada. Burnaby, B.C: Strandberg ConsultingSchuler. 1-26.
- Übuis Ü., & Alas, R. (2009). Ruth Alas Organizational Culture Types as Predictors of Corporate Social Responsibility. Engineering Economics Journal, 61, 90-99.
- Voegtlin, C., & Greenwood, M. (2017). Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis. Human Resource Management Review, 26(3), 181-197.