

بررسی تأثیر از خودبیگانگی اجتماعی در مسئولیت اجتماعی مورد مطالعه: کارکنان شرکت نفت کرمانشاه

محمد تقی ایمان، استاد، بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، ایران

علی مرادی، استادیار، گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلام آباد غرب، ایران *

چکیده

هدف این مطالعه، بررسی تأثیر از خودبیگانگی اجتماعی در مسئولیت اجتماعی کارکنان شرکت نفت کرمانشاه است. این مطالعه با روش توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی و ابزار پرسشنامه محقق ساخته انجام شد. جامعه آماری، کارکنان شرکت توزیع و پخش فراورده‌های نفتی، پالایشگاه و خط لوله کرمانشاه هستند. تعداد نمونه مدنظر ۴۰۰ نفر بود که با جدول لین و استفاده از دو روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و تصادفی ساده انتخاب شدند. برای تحلیل یافته‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری مانند همبستگی، مقایسه میانگین‌ها، رگرسیون چندگانه و سایر آزمون‌ها استفاده شد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهند میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی برابر ۸۳/۵۱ است که این نمره در مقایسه با میانگین مدنظر (۱۰۵) در حد پایین‌تری قرار دارد و نشان می‌دهد کارکنان در سازمان مذکور، مسئولیت‌پذیری کمتری دارند. نتایج نشان می‌دهند از خودبیگانگی اجتماعی در کل با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($F = -0/218$)، در بعد اقتصادی ($F = -0/234$)، در بعد اخلاقی ($F = -0/373$)، در بعد بشردوستانه ($F = -0/186$) و در کل با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($F = -0/336$) رابطه معنادار دارد. میزان برخورداری از امکانات رفاهی با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($F = 0/157$)، در بعد اقتصادی ($F = 0/111$)، در بعد اخلاقی ($F = 0/046$) و در بعد بشردوستانه ($F = 0/106$) و در کل، با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($F = 0/116$) رابطه معنادار دارد. نتایج تحلیل واریانس نشان می‌دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان با وضعیت شغلی رسمی ($83/49$)، وضعیت قراردادی ($89/18$)، وضعیت پیمانی ($86/84$) و شرکتی برابر ($75/09$) بوده که این تفاوت، معنادار و پذیرفته شده است. میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان با مقطع تحصیلی دیپلم و زیر دیپلم ($83/38$)، فوق‌دیپلم ($89/31$)، کارشناسی ($80/54$) و کارشناسی ارشد برابر ($83/55$) بوده که این تفاوت، معنادار و پذیرفتنی است. همچنین میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان ساکن منطقه یک، برابر ($94/29$)، ساکنان منطقه دو، برابر ($81/11$) و ساکنان منطقه سه، برابر ($77/24$) بوده که این تفاوت معنادار و پذیرفتنی است. نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه نشان می‌دهند چهار متغیر از خودبیگانگی اجتماعی ($Beta = -0/38$)، میزان برخورداری از امکانات رفاهی ($Beta = -0/20$)، سکونتگاه اقتصادی اجتماعی ($Beta = 0/22$) و تحصیلات ($Beta = 0/19$) به ترتیب میزان اهمیتی که در تبیین متغیر وابسته داشتند، وارد معادله رگرسیونی شد و در مجموع، توانستند $0/48$ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند و توضیح دهند ($R^2 = 0/48$).

کلیدواژه‌ها: از خودبیگانگی، شرکت نفت کارکنان، مسئولیت اجتماعی

مقدمه و بیان مساله

رشد و توسعه هر جامعه و کشوری به عملکرد کارآمد و مطلوب سازمان‌ها و نهادها و به تبع آن عملکرد کارآمد و مطلوب افراد شاغل در این سازمان‌ها وابسته است. درحقیقت به هنگام وابستگی و ارتباط متقابل میان افراد و عناصر مختلف یک سازمان، رفتار سازمانی مسئولانه، مسئولیت‌پذیری، تعهد اخلاقی و رفتار سازمانی به تحقق می‌پیوندد که راه را برای اهداف کوتاه‌مدت و درازمدت به‌خوبی باز می‌کند.

امروزه بسیاری از سازمان‌ها به دلیل رعایت‌نکردن مسئولیت خود در ازای نتایج فعالیت‌هایشان متهم هستند. شرکت‌های تولید مواد شیمیایی، زباله‌های خود را در محیط دفن می‌کنند، برخی دیگر برای کاهش هزینه‌های خود از موادی استفاده نمی‌کنند که قابلیت بازیافت دارند و یا اینکه برای افزایش سود خود، میزان دستمزدها را در پایین‌ترین سطح ممکن نگه می‌دارند. این سازمان‌ها علاوه بر تأثیرات مثبت، تأثیرات منفی زیادی نیز در جوامع مدرن می‌گذارند. خوراک، پوشاک، مسکن، کار، نحوه زندگی، حکومت، آموزش، بهداشت، تفریحات و حتی مذهب مردم تحت تأثیر تصمیم‌ها و اعمال این سازمان‌ها قرار می‌گیرند. هرچند دولت‌ها درباره شرایط کار و خصوصیات زیست‌محیطی فعالیت شرکت‌ها، قوانینی وضع کرده‌اند؛ انتظارات جامعه و رسانه‌ها بیش از این قوانین است. در کل، صاحب‌نظران بحث مسئولیت سازمانی معتقدند شرکت‌های بزرگ با سودهای سرشار، از نظر اخلاقی به تخصیص مقدراری از درآمد خود به اجتماع، کارکنان و مشکلات جهانی و زیست‌محیطی ملزم هستند.

مسئولیت اجتماعی به‌طور اعم، به مجموعه فعالیت‌هایی

گفته می‌شود که افراد در یک سازمان اجتماعی به‌صورت داوطلبانه، به‌عنوان عضو مؤثر و مفیدی در جامعه و سازمان انجام می‌دهند. امروزه موضوع مسئولیت اجتماعی تنها یک موضوع برجسته پژوهش نیست؛ در شکل رسالتی جمعی و اعلامیه‌ای ارزشی مطرح می‌شود (Cruz, 2007: 2). در این دهه مسئولیت اجتماعی به‌صورت گسترش زمینه مطالعاتی ظهور کرده است که قبلاً آموزش شهری و شهروندی نامیده می‌شد. این مفهوم جدید بسیار وسیع‌تر است. با وجود بسیاری مشکلات و شبهه‌ها در عمل، قابلیت توجه به مسئولیت اجتماعی سازمانی در دهه‌های اخیر تشدید شده است. جهانی‌شدن به بسط پیچیدگی کارکردهای شرکت‌های تحت سلطه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته منجر شده است (McWilliam & Sigel, 2001: 117). مسئولیت اجتماعی سازمانی، لزوم تعهد سازمانی داوطلبانه در مسائلی است که جامعه از افراد انتظار دارد (Falck & Hebllich, 2007: 247). فرد زمانی مسئولیت اجتماعی خود را انجام می‌دهد که به مسئولیت‌های قانونی، اقتصادی، اخلاقی و نوع‌دوستانه خود؛ یعنی به حداقل مسئولیتی عمل کند که قانون از او خواسته است. مسئولیت اجتماعی با ورود خود، چارچوبی اخلاقی را اضافه می‌کند که بر اساس آن افراد به فعالیت‌های خود عمل می‌کنند که وضع جامعه را بهتر می‌کنند، از انجام کارهایی پرهیز می‌کنند که باعث بدترشدن وضعیت جامعه می‌شوند و درنهایت، نوع‌دوستانه به توان و ظرفیت فرد برای عمل و اقدام نسبت به خواسته‌ها و انتظارات جامعه اشاره دارد.

جدول ۱ تعریف‌های مختلف مسئولیت اجتماعی را نشان

می‌دهد.

جدول ۱- تعاریف مختلف از مسئولیت اجتماعی

نویسنده	سال	تعریف
فرانکتل	۲۰۰۱	هر چیزی برای هرکسی
فرنچ و ساورد	۱۹۹۸	مسئولیت اجتماعی، وظیفه‌ای است بر عهده مؤسسات خصوصی، به این معنا که تأثیر سوئی بر زندگی اجتماعی، که در آن کار می‌کنند، نگذارد. میزان این وظیفه عموماً مشتمل است بر وظایفی مانند: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت‌های غیراخلاقی و آگاه کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه‌ای مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه است.
سبحانی نژاد	۱۳۷۹	مسئولیت اجتماعی را تجلی عینی نگرش جامع و همه‌جانبه شکل‌گرفته در افراد می‌داند.
فورد	۱۹۸۵	پیروی از قوانین اجتماعی و برآوردن انتظاراتی که جامعه از فرد دارد.
مک اولی	۱۹۶۶	قابلیت پاسخگویی به گروه‌های انسانی می‌داند که شامل رضایت از پذیرش عواقب رفتار و احساس تعهد به ارزش‌های گروه و ارزش‌های خود فرد است.
ونتزل	۱۹۹۱	مراعات و احترام به حقوق دیگران، رقابت میان فردی و توسعه اخلاقی می‌داند.
مک ویلیام و سیگل	۲۰۰۱	مجموعه‌ای از اقداماتی که برای کمک به بعضی کالاهای اجتماعی بر اساس مقررات خاصی، فراتر از علائق شرکت‌ها انجام می‌شود و مفاهیمی چون اخلاق تجارت، اصول اخلاقی مالکان، سرمایه‌گذاران و بسیاری از دلالت‌ها را دربرمی‌گیرد.
ممری و همکاران	۲۰۰۵	حفاظت و بهبود کیفیت زندگی تعریف کرده‌اند و معتقدند مسئولیت اجتماعی، مجموعه‌ای از روابط پذیرفته‌شده عمومی، تعهدات و وظایفی است که در ارتباط با رفاه جامعه قرار می‌گیرند

دارد؟ بیشتر پژوهش‌ها این مسئولیت‌پذیری را به عوامل مدیریتی و محیطی و این خلأ نسبت داده‌اند که آیا واقعاً مسئولیت کارکنان، فقط به عوامل مدیریتی و محیطی محدود می‌شود؟ هنوز پرسش، بدون پاسخ باقی مانده است. همچنین اغلب پژوهشگران در این موضوع توافق ندارند که مسئولیت اجتماعی با کدام مقیاس سنجیده می‌شود و آن را به بعد عمومی مسئولیت محدود کرده‌اند. بر اساس این، سنجش مسئولیت‌پذیری کارکنان و ابعاد آن و نقش از خودبیگانگی اجتماعی به صورت یکی از محورهای اصلی در این پژوهش بررسی می‌شود.

در این پژوهش به اهمیت این موضوع به صورت زیر اشاره می‌شود:

۱- مسئولیت اجتماعی کارکنان، عامل مهمی در کارایی، توجه به حفظ کیفیت و پیشرفت سازمان است.

از عوامل مؤثر در تغییرات مسئولیت اجتماعی کارکنان، از خودبیگانگی اجتماعی است. از خودبیگانگی عبارت است از دور شدن انسان از چیزی که آن را خلق کرده یا جزء خصایص او است. این حالت را بیگانگی می‌توان نامید (گرب، ۱۳۸۴: ۳۷). بیگانگی سازمانی به معنای ناتوانی سازمان‌ها به صورت ابزارهای نظام اجتماعی در تحقق اهداف سازمانی است. حفظ مشروعیت سازمانی که در نهایت به بقای مشروعیت نظام اجتماعی منجر شده، با ارضای نیازها و خواسته‌های مردم برقرار می‌شود (جعفری‌نیا، ۱۳۹۲: ۱۷). نتایج حاصل از مطالعات نشان می‌دهند طیف زیادی از افراد در سازمان‌ها، نوعی از خودبیگانگی دارند. اندیشمندان نیز در این راستا از خودبیگانگی را از زوایای گوناگون بررسی کرده‌اند. پرسش اساسی در این پژوهش این است که آیا از خودبیگانگی اجتماعی در مسئولیت اجتماعی کارکنان شرکت نفت تأثیر

مؤثر در مسئولیت اجتماعی سازمانی است (مشبکی و شجاعی، ۱۳۸۹: ۳۷-۵۶).

مرتضوی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش تعدیل‌گری متغیر اهمیت مسئولیت اجتماعی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی، نمونه مورد مطالعه: شرکت‌های صنایع غذایی شهر مشهد» به این نتایج دست یافتند که نقش تعدیل‌گری متغیر مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی (کارکنان، مشتریان، دولت و صاحبان منافع اجتماعی و غیراجتماعی) تأیید شده است؛ یعنی تأکید بر اهمیت مسئولیت اجتماعی و رعایت آن از سوی سازمان‌ها، کارکرد مثبتی بر عملکرد سازمان‌ها دارد، به گونه‌ای که به صورت معناداری، تعهد سازمانی کارکنان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد (مرتضوی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۹۳-۲۱۳).

سعیدی‌پور و مرادی (۱۳۹۲) مطالعه‌ای با عنوان «تبیین و بررسی روایی و پایایی ابزار مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان کارکنان شرکت نفت کرمانشاه» انجام دادند. بر اساس نتایج به دست آمده، روش تحلیل عامل نشان‌دهنده ساختار چهار مؤلفه‌ای مقیاس مسئولیت‌پذیری اجتماعی در نمونه مدنظر است. به این ترتیب، عامل اول با ارزش ویژه ۱۲/۹۸ بیشترین درصد واریانس (۲۵/۵۲)، عامل دوم با ارزش ویژه ۷/۲۴ درصد واریانس (۲۴/۱۴)، عامل سوم با ارزش ویژه ۵/۴۰۷ درصد واریانس (۱۰/۶۳) و عامل چهارم با ارزش ویژه ۳/۱۸۶ درصد واریانس (۶/۲۶۳) کل را تبیین می‌کنند. نتایج حاصل از آزمون میانگین رتبه‌ای فریدمن نشان می‌دهند میانگین رتبه‌ها در ابعاد مختلف مفهوم اصلی پژوهش (مسئولیت‌پذیری) شامل قانونی، اقتصادی، اخلاقی و نوع‌دوستانه با هم تفاوت دارند و تفاوت مذکور بر اساس مقدار کی دو در این آزمون برابر ۱۱۳/۴۶۸ است و معناداری را تأیید می‌کند. می‌توان نتیجه گرفت پرسشنامه مسئولیت‌پذیری، چهار عامل قانونی، اقتصادی، اخلاقی و نوع‌دوستانه دارد که در سازمان‌ها استفاده می‌شود و برای برنامه‌ریزی‌های اجتماعی فرهنگی سودمند است (سعیدی‌پور و مرادی، ۱۳۹۲: ۱۰۱).

پیترس (2010) در پژوهشی با عنوان «جامعه‌پذیری سازمانی پزشکان در گروه‌های بزرگ عملی پزشکی، با استفاده از پایگاه

۲- مسئولیت اجتماعی افراد در برقراری روابط با دولت‌ها، اجتماعات و دیگر سهامداران، اهمیت حیاتی دارد.

۳- سازمان‌ها برای آنکه جایگاه خود را در جامعه حفظ کنند و بهبود بخشند، باید در عمل این کار را انجام دهند و اگر این کار را نکنند دولت‌ها آن‌ها را به این کار مجبور می‌کنند. دراکر^۱ معتقد است سازمان‌های خصوصی برای حفظ مشروعیت و باقی ماندن به صورت مؤسسه خصوصی باید بپذیرند نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. هدف کلی این مقاله، بررسی تأثیر از خودبیگانگی اجتماعی در مسئولیت اجتماعی کارکنان با تأکید بر شرکت نفت کرمانشاه است.

اهداف ویژه عبارت‌ند از:

- تعیین رابطه بین مؤلفه‌های از خودبیگانگی اجتماعی و مسئولیت اجتماعی کارکنان شرکت نفت کرمانشاه.
- تعیین سهم متغیرهای جمعیتی و فردی (مقطع تحصیلی، برخورداری از امکانات رفاهی، مدت‌زمان خدمت، جنسیت، سن، وضعیت شغلی و سکونتگاه اقتصادی اجتماعی) در مسئولیت اجتماعی کارکنان شرکت نفت کرمانشاه.

پیشینه پژوهش

مرادی (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر عوامل اقتصادی اجتماعی در مسئولیت اجتماعی کارکنان، مورد مطالعه: شرکت نفت کرمانشاه» به این نتایج دست یافت که بین سرمایه اجتماعی ($r=0/30$)، گرایش‌های مذهبی ($r=0/30$)، جامعه‌پذیری سازمانی ($r=0/34$)، میزان رضایتمندی شغلی ($r=0/29$)، میزان برخورداری از امکانات رفاهی ($r=0/12$)، میزان حقوق ماهیانه ($r=0/15$) و مسئولیت اجتماعی کارکنان، رابطه معناداری وجود دارد (مرادی، ۱۳۹۱: ۷).

مشبکی و شجاعی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها» بر اساس نظریه بارون و گرینبرگ و مدل مسئولیت اجتماعی دنیسون به این نتیجه دست یافتند که بین ابعاد فرهنگ سازمانی با مسئولیت اجتماعی سازمان، همبستگی معناداری وجود دارد. در این راستا مدل ذهنی کارکنان، اصلی‌ترین مؤلفه

¹ Druker

بولینو و همکاران (2004) نیز رفتارهای مسئولانه سازمانی را کمک به دیگران، زود حاضر شدن بر سرکار، انجام کار در سطح استانداردهای بالاتر از استانداردهای سازمان، تحمل مشکلات غیرمعارف کار و درگیر شدن فعال در کلیه امور سازمان معرفی کرده‌اند (Bolino et al., 2004: 229).

کرافت و همکاران (1994) پژوهشی با عنوان «اخلاق و مسئولیت اجتماعی در اثربخشی سازمانی: پیمایش بازاریاب‌ها» انجام دادند. آن‌ها معتقدند شرط لازم اما ناکافی برای بازاریاب‌ها این است که به‌طور اخلاقی و همراه با مسئولیت اجتماعی عمل کنند؛ یعنی باید اهمیت اخلاق و مسئولیت اجتماعی را درک کنند، اگرچه تعداد کمی درباره آگاهی بازاریاب‌ها درباره اهمیت مؤلفه‌های اخلاق و مسئولیت اجتماعی در تصمیم تجاری اطلاع دارند (Kraft et al., 1994: 49-56).

کوشمن¹ (1992) در پژوهشی با عنوان «کشف راه‌های بهبود وضع کاری مدارس» تعهد معلمان را مهم‌ترین عامل تمایل به کار بیشتر، گرایش به حرفه معلمی و مسئولیت‌پذیری آنان برای اصلاح مدرسه و نتایج کاری آن دانسته است و اشاره می‌کند تعهد، به‌صورت ذاتی مفهوم مبهمی است؛ لیکن زمانی از آن استفاده می‌شود که فرد برای دستیابی سازمان به اهدافش، اعمالی بیش از وظایف قانونی خود انجام دهد (Cushman, 1992: 5).

از سال‌های 1990 بیشتر مطالعات تجربی بر مسئولیت اجتماعی افراد با عملکرد مالی متمرکز شدند (Cruz, 2007: 7). همچنین پژوهش‌های زیادی در این مورد انجام شده است که از آن‌ها به «اثر مسئولیت اجتماعی جمعی ادراک شده در رفتار مشتریان» (Becker & et al., 2006)، «انتظارات مشتریان از مسئولیت اجتماعی در مراکز خرید شهری و تأثیر آن در ارزیابی‌های خرید» (Oppenial et al., 2006)، «تعهدات افراد نسبت به جامعه در شرکت‌ها و بنگاه‌ها» (Boyd et al., 2007: 17)، «راه‌حلی در مدیریت و عواملی حیاتی در موفقیت شرکت‌ها» (Falck & Heblich, 2007: 247)، «آگاهی صنعت کشتی‌رانی اروپا از مسئولیت اجتماعی» (Fafaliou et al., 2005) و «مقایسه خودتنظیمی و قانون دعوی شبه‌جرم فرد بیگانه:

داده‌ها و کتابخانه کامپیوتری دانشگاه» جامعه‌پذیری سازمانی را در میان پزشکان بررسی کرد. وی به این نتیجه رسید که افراد تازه‌وارد باید فرهنگ سازمانی را بیاموزند و آن را بپذیرند و نیز وظایف لازم را برای موفق شدن و ماندن در سازمان یاد بگیرند، نقش خود را بیابند و به‌عنوان بخشی از یک کار گروهی آن را بپذیرند (Piits, 2010: 11).

لاهورن (2009) در پژوهشی با عنوان «تأثیر رؤسای حامی سازمانی، جامعه‌پذیری سازمانی و رضایتمندی در مسئولیت سازمانی» به این نتایج دست یافت که جامعه‌پذیری سازمانی و رضایت شغلی، مسئولیت سازمانی را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین جامعه‌پذیری سازمانی نیز رضایت شغلی را پیش‌بینی می‌کند. در نهایت یافته‌ها نشان می‌دهند میزان مسئولیت‌پذیری و رضایت شغلی، میزان جابجایی سازمانی را تعیین می‌کنند (Lowhorn, 2009).

راندولف و همکاران (2008) پژوهشی با عنوان «نقش رفتار نوع‌دوستانه، توجه همدلانه و انگیزش مسئولیت اجتماعی در اهدای خون» انجام دادند. نتایج نشان دادند بیشتر افراد اهداکننده، سطوح بالایی از ویژگی‌های اصلی جامعه‌پسند را داشتند (نوع‌دوستی، همدلی و مسئولیت اجتماعی) که عموماً انگیزه‌های اصلی برای اهدا خون تصور می‌شوند؛ اما این ویژگی‌ها، عوامل اصلی مرتبط با تعداد دفعات اهدای خون نیستند (Randolph et al., 2008: 43-56).

فرانسیسکو و همکاران (2007) در پژوهشی با عنوان «رابطه میان مسئولیت اجتماعی محیطی و میزان کارایی در مهمان‌سرا» نشان دادند رابطه مثبت و قوی میان دو متغیر مذکور وجود دارد. از نظر آنها، میان فراورده‌های توریستی و محیط فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و محیطی، رابطه معنادار وجود دارد (Francisco et al., 2007: 1-20).

کروز (2007) در پژوهشی با عنوان «پویایی‌های شبکه‌های تولیدی با مسئولیت اجتماعی سازمانی با تصمیم‌گیری محیطی یکپارچه» معتقد بود دگرگونی در روند جریان تولید با قیمت‌ها و سطوح فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی در ارتباط بود تا الگوی متعادل برای شبکه تولید به دست آید (Cruz, 2007).

¹ Cushman

نظری، فرضیه‌ها را ارائه می‌دهند و داده‌ها را جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل می‌کنند. علاوه بر این، از آمارهای توصیفی و استنباطی در آن‌ها به‌خوبی استفاده شده است و برخی از آن‌ها از تکنیک‌های پیشرفته آماری نیز استفاده کرده‌اند.

مبانی نظری پژوهش

در پژوهش حاضر از سه رویکرد نظری استفاده شد که به شرح زیر هستند:

الف. نظریه‌های مدیریت سازمانی

دیدگاه‌های مبتنی بر مدیریت سازمانی که خود از رهیافت‌های اثبات‌گرایی تبعیت می‌کنند، جهان سازمان‌ها و واحدهای تولیدی را همانند جهان پدیده‌های طبیعی تلقی می‌کنند که واقعیتی عینی دارند و به شیوه‌های نظام‌مند درباره آن می‌توان پژوهش کرد تا نظم و انضباط حاکم بر آن‌ها آشکار شود. این پارادایم در رهیافت خود غالباً مسأله‌مدار بوده، علاقه‌مند است برای مشکلات عملی، راه‌حل‌هایی عملی فراهم کند و به‌شدت به فلسفه مهندسی اجتماعی به منزله مبنایی برای تغییر اجتماعی پای‌بند بوده است. همچنین جهان سازمان‌ها، جهان علت و معلولی است و فرد در سازمان و بنگاه تولیدی، نقش منفعلی دارد و قوانین برای وی از ابتدا تدوین می‌شوند و او باید بر اساس آن چارچوب حرکت کند (بوریل و مورگان^۱، ۱۳۸۶: ۱۶۵). تصور بر این است که وظیفه نظریه‌پرداز مدیریت، شناسایی قوانین بنیادی است که عملکرد روزانه این جهان را ترسیم می‌کند. تبیین‌های نظری مدیریت سازمانی بر متغیرهایی چون زمینه‌های ساختاری، فشار و کنترل‌های سیاسی، دسترسی به منابع و وجود مسیرها و فرصت‌های تازه‌ای که کنش‌های اجتماعی را تسهیل می‌کند، شرایط کاری، فرصت‌های ارتقاء، یکنواختی کار و سبک‌های رهبری تأکید دارند. در این قسمت، مدیریت سازمانی درباره مسئولیت اجتماعی بررسی می‌شود.

فایول^۲ مسئولیت‌پذیری افراد در سازمان را در تن دادن آن‌ها به قواعد و اصول برنامه‌ریزی‌شده‌ای می‌داند که در سازمان

اعتراض به مفهوم مسئولیت اجتماعی» (Shamir, 2004) می‌توان اشاره کرد.

جمع‌بندی

بیشتر مطالعاتی که در ایران انجام شده است، بر مسئولیت اجتماعی افراد در سازمان‌های غیرتولیدی و آموزش و پرورش آن هم بیشتر در رشته‌های مدیریت و مدیریت آموزشی انجام شده است. اغلب پژوهش‌های داخلی، ابعاد مشخص و محدودی از مسئولیت اجتماعی سازمانی را بررسی کرده و سایر ابعاد را نادیده گرفته‌اند. پژوهش‌های زیادی که در راستای مسئولیت اجتماعی سازمانی در سازمان‌ها، شرکت‌ها و بنگاه‌های تولیدی و سازمان‌های خدماتی مانند هتل‌ها، مهمانسراها و بیمارستان‌ها در خارج از ایران انجام شده است، منبع بسیار مهمی برای اخذ ایده‌های تازه هستند و پژوهشگران این حوزه‌ها در ایران را با ابعاد ناشناخته و بررسی‌نشده‌ای از این مسأله آشنا می‌کنند.

در مبانی نظری پژوهش خارجی، پژوهش‌های توصیفی زیادی درباره مسئولیت اجتماعی افراد یافت می‌شود. گفتنی است بیشتر پژوهش‌های خارجی، تأثیر تعداد محدودی از متغیرها را در مسئولیت اجتماعی افراد و یا به‌صورت خاص، اثر یک عامل را به‌تنهایی بررسی کرده‌اند؛ مثلاً فرانسیسکو (2007) بر عامل محیط، کوپلاند (2006) بر عامل فرهنگی آن هم در میان کارکنان بانک، تسای و وانگ (2004) بر تعهد اجتماعی، بولینو (2004) بر عوامل اجتماعی، زقال و احمد (1990) بر نقش رسانه‌ها در مسئولیت‌پذیری و کرافت و همکاران (1994) نیز بر بعد فرهنگی و به‌طور خاص مسأله اخلاقی در ارتباط با مسئولیت اجتماعی تأکید دارند. روی هم‌رفته، بیشتر پژوهش‌های خارجی این نکته را از نظر دور نگه داشته‌اند که مسئولیت اجتماعی ممکن است از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر کند؛ بنابراین در این پژوهش‌ها بعضاً تعمیم‌هایی کلی گرفته شده است؛ به‌عنوان نمونه، به‌سادگی، نتایج این پژوهش‌ها را به جامعه ایران نمی‌توان تعمیم داد؛ اما با این حال، پژوهش‌های خارجی غالباً چارچوب نظری مشخصی دارند و بر اساس چارچوب و مدل

¹ Burrell and Morgan

² Fayol

احترام بگذارند.

۴- مسئولیت‌های بشردوستانه: در نهایت، کارول این مسئولیت‌ها را به یک هرم تشبیه کرده است که هرچه از قاعده مسئولیت‌های اجتماعی سازمانی به سمت نوک هرم مسئولیت‌های بشردوستانه برویم، از شدت و وسعت مسئولیت‌ها کاسته می‌شود (Carroll, 1999: 269; Cruz, 2007: 19). تعبیر دیگر کارول از این مؤلفه، «شهروند خوب^۲» بودن است؛ یعنی مشارکت فرد در انواع فعالیت‌هایی که در سازمان انجام می‌دهد و باعث می‌شود از معضلات جامعه بکاهد و کیفیت زندگی مردم را بهبود بخشد.

کارول این مسئولیت‌ها را به هرمی تشبیه کرده است که هرچه از قاعده مسئولیت‌های اقتصادی به سمت رأس مسئولیت‌های بشردوستانه آن پیش برویم، از شدت و وسعت مسئولیت‌ها کاسته می‌شود. جنبش‌های حمایت از مصرف‌کنندگان و شهروندان، از جمله منتقدان بسط دامنه مسئولیت بنگاه‌ها هستند. این جنبش‌ها در بیشتر کشورهای پیشرفته صنعتی فعالیت دارند.

لانتوس (2001) مسئولیت اجتماعی شرکت را به سه بعد اخلاقی، بشردوستانه و استراتژیک تقسیم کرد. مسئولیت اخلاقی درخواستی است برای شرکت‌ها تا به صورت اخلاقی برای جلوگیری از صدمات و آسیب‌هایی مسئول باشند که ممکن است نتیجه فعالیت‌های آن‌ها باشد. این نوع مسئولیت اجتماعی شرکت از همه شرکت‌ها انتظار می‌رود و باید آن را به عنوان حداقل انجام دهند. مسئولیت اجتماعی بشردوستانه یک نگرانی و توجه اختیاری واقعی است. مسئولیت اجتماعی استراتژیک وقتی است که شرکتی متعهد می‌شود فعالیت‌های خدمات اجتماعی معینی از شرکت را، که اهداف کسب و کار استراتژیک را به انجام می‌رساند، به پیش ببرد؛ بنابراین بر اساس نظر لانتوس، مسئولیت اجتماعی شرکت باید بر دو مفهوم تمرکز کند:

۱- جلوگیری از آسیب‌ها و صدماتی که در نتیجه فعالیت‌های شرکت است.

۲- انجام اهداف استراتژیک کسب و کار (Saiful, 2006:179).

برای آن‌ها مطرح شده است. وی معتقد است مدیران باید تا اندازه‌ای اجازه ابتکار و مشارکت به کارکنان بدهند. نظریه فایول بر سطح بالای سازمان تأکید کرده است (صبوری، ۱۳۷۹: ۱۰۶). بارنارد^۱ به ضرورت تعاون و همکاری افراد با همدیگر در داخل سازمان اشاره دارد و این تعاون و همکاری را صفت بارز سازمان می‌داند. به نظر بارنارد، سازمان زمانی به اهداف خود می‌رسد و تعادل ایجاد می‌کند که انگیزه‌های منفی را در سازمان کاهش دهد و به توزیع انگیزه‌های مثبت کمک کند. انگیزه‌های مثبت با تزریق مشوق‌های عمومی در سازمان تقویت می‌شوند. این مشوق‌ها عبارتند از: شرکت‌دادن اعضای سازمان در تصمیم‌گیری‌ها، تقویت تعلق خاطر گروه‌های غیررسمی نسبت به اهداف سازمان، ایجاد شرایط فیزیکی مناسب در فضای کار، اغنای روانی اعضا و ... برای رفتار در سازمان نقش تقویت‌کننده دارد. از جمله انگیزه‌های مثبت پرداخت‌های نقدی، کسب قدرت، احراز احترام و دستیابی به ارجحیت‌هایی است که سازمان به اعضای خود اهدا می‌کند (پاشا، ۱۳۸۸: ۷۹).

کارول (1999) برای هر بنگاه، چهار دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است؛ به عبارت دیگر، او مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را برآیند چهار مؤلفه زیر می‌داند:

۱- مسئولیت‌های اقتصادی: بنگاه‌ها موظف هستند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورده، کالاها و خدمات ضروری آن را تأمین و انواع گروه‌های مردم را از فرایند کار بهره‌مند کنند. به طور کلی مسئولیت‌های اقتصادی به مسئولیت‌های اولیه سازمان اشاره دارد که همان سودآوری است.

۲- رعایت قوانین و مقررات عمومی: به بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان خود توجه کنند، محیط زیست را نیالایند، از معاملات درون‌سازمانی پرهیزند، دنبال انحصار نروند و مرتکب تبعیض (تبعیض قومی، تبعیض جنسی) نشوند.

۳- رعایت اخلاق کسب و کار: در این قلمرو، اصولی چون صداقت و انصاف و احترام جای دارد. انتظار می‌رود ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشند و به آن‌ها

² Good Citizen

¹ Barnard

ب- نظریه‌های جامعه‌شناسی و مسئولیت اجتماعی

جامعه‌شناسان کارکردگرا از دورکیم تا پارسونز و مرتن همواره بر ضرورت حفظ حالت توازن در جامعه تأکید داشته‌اند. عنصر اصلی در این وضعیت، همبستگی اجتماعی و انسجام است که به دلیل کارکرد بسیار مهم انطباق افراد با جامعه، با انگیزه کسب اهداف آن‌ها انجام می‌گیرد (فکوهی، ۱۳۷۸: ۷۸). این پارادایم در جامعه‌شناسی در شکل بالنده‌اش، جامعه‌شناسی نظم‌دهی را به وجود آورد و به دنبال فراهم کردن تبیین‌هایی واقعاً عقلانی از امور سازمانی است.

نظریه دورکیم درباره پیوستگی اجتماعی برای توضیح میزان مطابقت رفتار به منزله عملکرد پیوستگی به کار می‌رود و مآخذ و میزان تطبیقی درجه پیوستگی در گروه‌ها را نیز تقویت می‌کند. مردم احساس درگیر شدن بیشتر با گروهی را دارند که به‌تازگی به آن‌ها کمک کردند و بنابراین بر موارد و نمونه‌های این گروه به‌طرز قوی‌تری صحنه می‌گذارند. این درک و بصیرتی است که گفتمان‌های نوین درباره سرمایه اجتماعی را نیز هدایت می‌کند (یعنی مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه) که این سرمایه به مثابه منابع باور و ایمان است (Schuyt et al., 2000: 22). بر اساس دیدگاه دورکیم، چنین استنباط می‌شود که مسئولیت‌پذیری افراد بدون توافق با هم و در نتیجه بدون پذیرش ایثارهای متقابل و بدون برقرار کردن پیوندهای پایدار با یکدیگر ممکن نخواهد بود؛ بنابراین ارزش‌های اخلاقی و حس همکاری در افراد، زمینه‌ساز مسئولیت‌پذیری، ایثار و فداکاری افراد در سازمانی خاص است.

نظریه زیمل درباره دوایر اجتماعی همه‌جانبه، ساز و کار این تغییر را نشان می‌دهد. در جامعه مدرن، شهروندان، زیرمجموعه شمار بیشتری از گروه‌ها هستند که حس شناسایی با هر کدام از آنان را کاهش می‌دهد؛ ولی به‌طور کلی، احساسات دخالت و درگیری در جامعه را افزایش می‌دهد. بشردوستی، بیان چنین احساساتی است. نوع دوستی، وظیفه مدنی و عمرانی مسئولیت اجتماعی و نظارت سلامت جامعه به‌صورت یک کل متکی است. زیمل حق‌شناسی و احترام را متمم اشکال حقوقی می‌دانست. در حالی که همکاری اقتصادی با قواعد قانونی تقویت می‌شود، تضمین چسبندگی

اجتماعی با احساساتی مانند حق‌شناسی و احترام است. این احساسات، فضایی از تعهد را به وجود می‌آورند که در نهایت همه آن‌ها در یک زندگی مستحکم و جمعی به هم پیوند می‌خورند؛ بنابراین وقتی که مبادله، اشتراکی‌ترین کنش متقابل اجتماعی است، انگیزه‌ها و عوامل شکل‌دهنده آن را باید در متن بستر اجتماعی‌اش جستجو کرد.

هومنز بیان کرد رابطه مثبتی بین وضعیت اجتماعی نوع‌دوستی و مسئولیت‌پذیری افراد جامعه وجود دارد و آن چیزی فراتر از پیوستگی اجتماعی است. هومنز اصلی را با عنوان بزرگواری و سخاوتمندی مطرح می‌کند و معتقد است آن‌هایی که بیشتر در پی کسب بزرگی و سخاوت هستند، بیشتر در معرض انتظار بخشش و مسئول در خیر عمومی برای جامعه هستند. بر اساس این دیدگاه نتیجه گرفته می‌شود اگر درون یک سازمان، عده‌ای کمتر سرمایه‌گذاری کرده‌اند؛ سطح تحصیلات آن‌ها پایین‌تر است، سابقه کمتر دارند، سمت شغلی و رتبه شغلی آن‌ها پایین‌تر است، وقت کمتری صرف می‌کنند، کارشان ساده‌تر است و احساس مسئولیت کمتری نیز می‌کنند؛ بنابراین نباید پاداش زیادتری هم بگیرند و این همان نظریه عدالت توزیعی هومنز است که اگر احساس عدالت در سازمان نبود، نارضایتی هم بیشتر بود. در نظریه هومنز، احساس مسئولیت و یا تعهد اجتماعی در چارچوب منافع و نوعی مبادله تحلیل می‌شوند. هومنز در روابط اجتماعی بر اخلاق نیز تأکید دارد؛ زیرا معتقد است مبادله اجتماعی بر منفعت شخصی و ترکیبی از نیازهای اقتصادی و روانی استوار است.

نظریه از خود بیگانگی سیمن و مسئولیت اجتماعی

سیمن^۱ نیز در زمره نخستین روان‌شناسان اجتماعی است که کوشید مفهوم بیگانگی روانی را در قالب منظم و منسجمی تدوین و تعریف نکند. سیمن بر این پندار، که بیگانگی، معلول عقلی واحد است، خط بطلان می‌کشد. سیمن کوشید ضمن ارائه تعریفی مفهومی از بیگانگی و مشخص کردن تیپولوژی الیناسیون، صور و انواع تظاهرات رفتار بیمارگونه را در پنج نوع تشخیص‌دانی نشان دهد که به نظر وی رایج‌ترین

¹ Seemon

۵- احساس بیگانگی از خود یا احساس تنفر از خویشتن: چنین پنداشته می‌شود که فرد، مفهوم پیش‌ساخته‌ای از خود دارد. بنا به باور مارکس جوان، انسان در طبیعت در کانون کار و کنش قرار دارد و با آن به وجود خود پی می‌برد. در جامعه سرمایه‌داری، کار، وسیله‌ای برای بقای هستی تلقی می‌شود. کارگر از کار خود مایه می‌گذارد؛ ولی هرگز از خلاقیت خود آگاه نمی‌شود و تنها در ماشین، یک یا چند حرکت «اندامی» از خود بروز می‌دهد، بدون اینکه نقش مهمی در تمامیت زنجیره تولید ایفا کند. کالایی‌شدن کار کارگر و اجیرشدن او برای بقا، کنشی بین «جوهر» و «هستی» او پدید می‌آورد. در چنین وضعیتی، فرد شانس و فرصت لازم را برای خلق و تولید محصولی ندارد که او را راضی و خرسند کند و به‌نوعی به احساس انزجار از روابط اجتماعی تولید گرفتار است.

سیمن در اشاره به رواج و توسعه مفهوم از خود بیگانگی در سازمان‌ها این نکته را یادآور می‌شود که ساختار بوروکراسی جامعه مدرن، شرایطی را ایجاد کرده است که در آن انسان‌ها، چگونگی کنترل عواقب و نتایج اعمال و رفتارهای خود را در سازمان نمی‌توانند فرا بگیرند. نحوه کنترل و مدیریت جامعه بر سیستم پاداش اجتماعی به‌گونه‌ای است که فرد، ارتباطی را بین رفتار خود و پاداش اخذشده از سازمان نمی‌تواند برقرار کند. در چنین وضعیتی است که احساس بیگانگی بر فرد مستولی می‌شود و او را به کنش منفصلانه و ناسازگارانه‌ای در قبال جامعه سوق می‌دهد (محسنی تبریزی، ۱۳۸۳: ۱۵۰).

نکته مشترک در این نظریه‌ها این است که اولاً، همه نظریه‌ها تحت سیطره پارادایم اثبات‌گرایی در جامعه‌شناسی و مدیریت سازمانی قرار دارند و دوماً، هر کدام از این نظریه‌پردازان، مسئولیت اجتماعی سازمانی را در مؤلفه‌هایی مطالعه کرده‌اند؛ بنابراین، این نظریه‌ها بهتر می‌توانند تبیین‌کننده مدل پژوهش باشند و بر چگونگی مسئولیت اجتماعی سازمانی تمرکز کنند و در نتیجه راه‌گشای کار در تمرکز بر این مسأله در شرکت‌ها و بنگاه‌های تولیدی هستند.

پژوهشگران مدیریت از جمله کارول، در مطالعه‌ای با عنوان «هرم مسئولیت اجتماعی بنگاه» برای هر بنگاه، چهار دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است؛ به تعبیر دیگر، او

و متداول‌ترین صور کاربرد مفهومی واژه در مبانی جامعه‌شناسی و روان‌شناسی هستند.

۱- احساس بی‌هنجاری: به عقیده سیمن، احساس بی‌هنجاری همچون احساس بی‌قدرتی و بی‌معنایی، وضعیتی فکری و ذهنی است که در آن فرد این احتمال را به حد مفراطی بر خود مفروض می‌دارد که تنها کنش‌هایی را به حوزه‌های هدف نزدیک می‌کند که جامعه آن‌ها را تأیید نمی‌کند. این بعد از خود بی‌خودشدن را سیمن از دورکیم اقتباس کرده است. پایه‌گذار مکتب جامعه‌شناسی فرانسه، «آنومی» را به هم‌خوردن هنجارهای اجتماعی مربوط به رفتار اخلاقی می‌داند.

۲- احساس ناتوانی یا بی‌قدرتی: فرد توانایی کنترل نتایج فعالیت یا نیروهای جدید را ندارد. در جامعه صنعتی، فرد خود را ناتوان می‌بیند و درمی‌یابد در سرنوشت خویش نقشی ندارد و در نظام اجتماعی نیز بدون کار و کاروری است. احساس بی‌قدرتی عبارت است از احتمال و یا انتظار متصور از سوی فرد در قبال بی‌تأثیری عمل خویش و یا تصور این باور که رفتار او نتایج مدنظر را نمی‌تواند پژوهش و تعیین کند و وی را به هدفی رهنمون نیست که بر اساس آن کنش او تجهیز شده است. به قول سیمن، این مفهوم از بیگانگی بیش از صور دیگر آن در ادبیات معاصر کاربرد دارد.

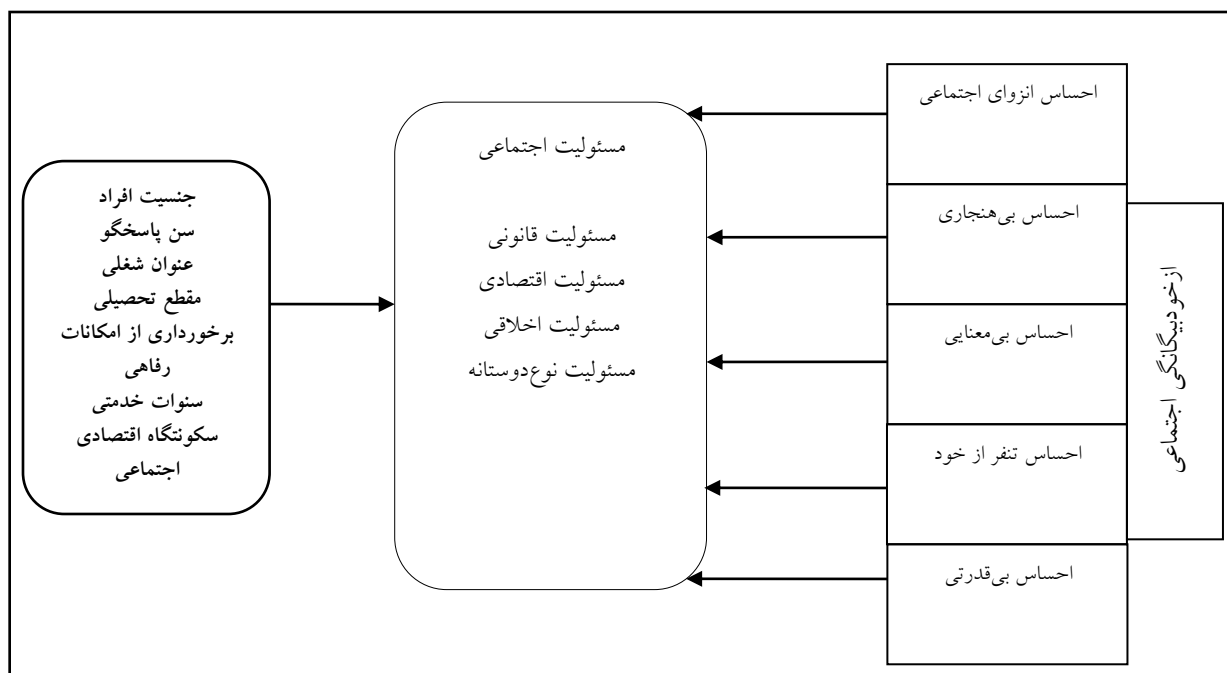
۳- احساس بیهودگی یا پوچی یا احساس بی‌معنایی: هنگامی که فرد، نحوه کارکرد سازمان اجتماعی مسلط بر خود را نتواند درک کند و در نتیجه موفق به پیش‌بینی عاقبت اعمال خود نباشد و معنا و مفهوم آن را درنیابد، دچار احساس بیهودگی و پوچی می‌شود. احساسی که بسیاری از کارکنان «کم‌کار» دولت ممکن است داشته باشند.

۴- احساس بیگانگی از جامعه یا انزوای اجتماعی: فردی که از خود بی‌خود شود و از جامعه کناره بگیرد، به نحوه کارکرد جامعه، روابط حاکم و هدف‌های خرد و کلان اعتقادی ندارد؛ زیرا فعالانه این روابط و اهداف را نمی‌تواند نفی و رد کند و به‌طور منفصل با «گوشه‌نشینی» و عزلت‌گزینی خود را از گزند جامعه به حاشیه می‌کشد. احساس انزوای اجتماعی هم به معنای انفکاک فردی فرد از استانداردهای فرهنگی است.

کارشان نداشته باشند، از کارشان ناراضی می‌شوند. پس نوع شغل از عواملی است که میزان بیگانگی از کار را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر اساس این، بسیار طبیعی به نظر می‌رسد که مشاغل تکراری، خسته‌کننده و بسیار تخصصی و کنترل‌شده به علت ماهیت ساختاری خود، در مقایسه با مشاغلی که ویژگی‌های مخالف آن را دارند، هرچه بیشتر موجب بیگانگی از کار می‌شوند. در مشاغل یقه‌سفید (نظیر معلمی، حسابداری، فروشندگی، کارهای دفتری و...) در مقایسه با کارهای یدی، بیگانگی از کار کمتر مشاهده می‌شود. نکته مهم این است که فردی که دچار بیگانگی از کار می‌شود، لزوماً از شغلش ناراضی نیست و این دو مفهوم، مترادف یکدیگر نیستند. بررسی نگرش‌های گوناگون درباره متغیر وابسته، این امکان را به پژوهشگر می‌دهد تا چارچوب استفاده‌شده در این پژوهش، رویکردی ترکیبی باشد؛ یعنی برای تبیین بهتر مسأله، ترکیبی از دو نظریه کارول برای تبیین مسئولیت‌پذیری و از دیدگاه سیمن برای تبیین از خودبیگانگی شده است. نکته در خور توجه این است که از آنجا که محیط کار، بستر از خودبیگانگی را برای کارکنان می‌تواند ارائه کند، دیدگاه سیمن در عین حال که تبیین‌کننده از خودبیگانگی است به صورت شرحی بر مسئولیت‌پذیری می‌تواند استفاده شود؛ با این حال، از آنجا که دو دیدگاه نظری تحت سیطره پارادایم اثبات‌گرایی هستند، به صورت مفصل رابطه بین دو متغیر را می‌توانند تبیین کنند.

مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را برآیند چهار مؤلفه زیر می‌داند: نیازهای اقتصادی، رعایت قوانین و مقررات عمومی، رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت‌های بشردوستانه. در مورد اول، بنگاه‌ها موظف هستند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورده، کالاها و خدمات ضروری آن را تأمین و انواع گروه‌های مردم را از فرآیند کار بهره‌مند کنند. در مورد دوم، آن‌ها وظیفه دارند به بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان خود توجه کنند، محیط زیست را نیالایند، از معاملات درون‌سازمانی پرهیزند و دنبال انحصار نروند و مرتکب تبعیض نشوند (تبعیض قومی، تبعیض جنسی). سومین مؤلفه مسئولیت بنگاه، اخلاق کسب و کار است. در این قلمرو، اصولی چون صداقت، انصاف و احترام جا دارد. چهارمین مؤلفه، مسئولیت‌های بشردوستانه است. تعبیر دیگر کارول از این مؤلفه، «شهروند خوب» بودن است؛ یعنی مشارکت بنگاه در انواع فعالیت‌هایی که از معضلات جامعه بکاهد و کیفیت زندگانی آن را بهبود بخشد. فرض اساسی کارول این است که هر اندازه از سطح نیازهای اقتصادی به سمت مسئولیت‌های بشردوستانه حرکت کنیم، در سازمان یا واحدهای تولیدی، مسئولیت اجتماعی سازمانی میان کارکنان بیشتر می‌شود.

بر اساس نظر سیمن، بی‌مسئولیتی و بی‌تعهدی، محصول بیگانگی کارکنان از کار است. وقتی کارکنان احساس کنند کار برای آن‌ها بدون معنی است و قدرتی برای کنترل و نظارت در



مدل ۱- مدل تجربی پژوهش

مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- میزان از خود بیگانگی اجتماعی (انزوای اجتماعی، احساس بی‌هنجاری، احساس بی‌معنایی، احساس تنفر از خویشتن و احساس بی‌قدرتی) در مسئولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) تأثیر معنادار دارد.
- ۲- بین مقطع تحصیلی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد.
- ۳- بین وضعیت شغلی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد.
- ۴- بین سکونتگاه اقتصادی اجتماعی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد.
- ۵- بین مدت‌زمان خدمت و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد.
- ۶- بین جنسیت پاسخ‌گویان و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد.
- ۷- بین سن افراد و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد.
- ۸- بین برخورداری از امکانات رفاهی و ابعاد

روش پژوهش

به اقتضای موضوع پژوهش و با توجه به امکانات، روش پیمایش به منزله مناسب‌ترین روش برای جمع‌آوری داده‌ها مدنظر قرار گرفت. چارچوب نظری و فرضیه‌های پژوهش نیز به‌کارگیری روش پیمایش را برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها ایجاب می‌کنند. جامعه آماری، کلیه کارکنان شرکت نفت کرمانشاه است که در زمان پژوهش (سال ۱۳۹۱) تعداد کل آن‌ها برابر ۱۲۹۴ نفر است. با توجه به اینکه شرکت نفت کرمانشاه، سه شاخه شرکت پخش فراورده‌های نفتی، پالایشگاه نفت و خط لوله دارد؛ تفکیک تعداد کارکنان در هر یک از ابعاد فوق ضرورت دارد. از کل جامعه آماری، تعداد ۳۶۵ نفر کارکنان و مدیران شرکت پخش فراورده‌های نفتی، ۷۰۴ نفر کارکنان و مدیران پالایشگاه نفت و ۲۲۵ نفر کارکنان خط لوله کرمانشاه هستند. در انتخاب حجم نمونه از جدول لین استفاده شد. برای انتخاب نمونه در این پژوهش، سطح خطای ۰/۰۴ و اطمینان ۹۶ درصد در نظر گرفته شد و تعداد نمونه برابر ۳۴۶ نفر به دست آمد. برای اطمینان از تکمیل این

انتخاب شود؛ بنابراین در مطالعه حاضر ابتدا متناسب با جمعیت گروه‌های مختلف صاحب‌منفعت، نمونه مشخص و سپس با استفاده از روش تصادفی ساده، نمونه موجود در هر گروه انتخاب شد.

تعداد و همچنین افزایش پایایی و روایی ابزار پژوهش ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شد. با توجه به اینکه جمعیت مدنظر در این پژوهش، همگن نیست، به‌ناچار باید در ابتدا جامعه آماری تقسیم شده و از درون هر قسمت، نمونه متناسب

جدول ۲- توزیع جمعیت و نمونه گروه‌های مختلف شرکت نفت کرمانشاه

نام گروه	تعداد جامعه آماری	تعداد نمونه
کارکنان و مدیران بخش فرآورده‌های نفتی کرمانشاه	۳۵۹	۱۱۳
کارکنان و مدیران پالایشگاه کرمانشاه	۷۰۴	۲۲۳
کارکنان و مدیران خط لوله کرمانشاه	۱۹۹	۶۴
جمع کل کارکنان شرکت نفت کرمانشاه	۱۲۶۳	۴۰۰

مأخذ: دفتر پژوهش شرکت بخش فرآورده‌های نفتی استان کرمانشاه ۱۳۹۰

(Cruz, 2007; Druker, 1984 & McWilliam & Sigel, 2001). برخی از پرسش‌های این مقیاس پس از ترجمه این ابزار به زبان فارسی به سه نفر از استادان در زمینه‌های سازمانی، روش پژوهش و روان‌شناسی اجتماعی مسلط به زبان انگلیسی ارائه شد تا صحت آن‌ها را محک بزنند. تعدادی از پرسش‌های این ابزار نیز محقق ساخته بود و با راهنمایی استادان فوق روایی آن‌ها مشخص شد. گفتنی است این ابزار پس از انجام یک مطالعه پیش‌آزمون، بازبینی و تعدادی از آن حذف، تعدادی اصلاح شد و تعدادی هم تغییر کردند.

میزان ازخودبیگانگی: ازخودبیگانگی، برگرفته از نبود کنترل کارکنان بر فرایند کار خویش در محیط‌های سازمانی است؛ به بیان دیگر، بیگانگی از کار در کارکنان را ناشی از نبود کنترل آن‌ها بر کارشان در محیط‌های کاری می‌داند (گیدنز^۱، ۱۳۷۴: ۵۲۳). مفهوم ازخودبیگانگی در این پژوهش با استفاده از مقیاس بی‌قدرتی نیل و سیمن^۲، که برای سنجش بیگانگی کارگران مطرح کرده بود، پس از هنجاریابی و پرسش‌هایی تکمیلی در ۱۸ گویه در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت سنجیده شده است. برای سنجش ازخودبیگانگی از ۱۸ گویه استفاده شد. این گویه‌ها در پنج بعد به شرح زیر بیان شدند:

۱- انزوای اجتماعی: کریستینا و همکارانش معتقدند

در این پژوهش مفاهیم اصلی به شرح زیر تعریف شدند: مسئولیت اجتماعی: مسئولیت اجتماعی به رعایت مجموعه‌ای از قواعد اخلاقی، قانونی، اقتصادی و داوطلبانه گفته می‌شود که کارکنان با آن هم به نیازهای روانی و مادی خود می‌توانند دست یابند و هم زمینه رشد و توسعه آن سازمان را فراهم آورند (مرادی، ۱۳۹۱: ۳۰). برای سنجش مسئولیت اجتماعی ۳۵ گویه طرح شده است: ۱- گویه‌های گروه اول، بعد قانونی مسئولیت اجتماعی را می‌سنجند و شامل ۸ گویه هستند. ۲- گویه‌های گروه دوم، بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی را می‌سنجند و ۸ گویه دارند. ۳- گویه‌های گروه سوم، بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را می‌سنجند و ۹ گویه دارند و ۴- گویه‌های گروه چهارم، بعد بشردوستی (نوع‌دوستی) مسئولیت اجتماعی را می‌سنجند و شامل ۱۰ گویه هستند.

این ابزار در چهار خرده‌مقیاس و در مجموع با ۳۵ پرسش بر مبنای طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت سنجش شدند. نمره هر خرده‌مقیاس از محاسبه نمره‌های پرسش‌های آن خرده‌مقیاس محاسبه شد و از میانگین نمره‌های خرده‌مقیاس هر یک از سطوح چهارگانه محاسبه به دست آمد. این ابزار در ایران اعتباریابی نشده است؛ ولی چند مطالعه انجام‌شده در نمونه‌های خارجی از پایایی و روایی آن حمایت می‌کند (Boyd, Spekman, Kamauff, Werham, 2007; Caroll, 1999;)

¹ Giddens

² Neel & Seeman

در قالب طیف لیکرت سنجش شد.

۵- بعد پنجم، احساس بی‌قدرتی: به حالت فردی گفته می‌شود که احساس بی‌قدرتی و بی‌اختیاری می‌کند و محیط اجتماعی خود را نتواند تحت تأثیر قرار دهد (ستوده، ۱۳۷۴: ۲۵۱). این بعد با چهار گویه در قالب طیف لیکرت سنجش شد.

در این پژوهش، جمع‌آوری داده‌ها با پرسشنامه توأم با مصاحبه انجام شد. برای ارزیابی اعتبار سازه‌ای طیف مسئولیت اجتماعی سازمانی ضمن استناد به مبانی نظری پژوهش از تحلیل عامل استفاده شد. برای اعتبار صوری نیز پس از طراحی، گویه‌های طیف‌های مربوط در اختیار استادان و کارشناسان دانشگاه قرار گرفت. اظهار نظر این افراد در راستای سنجش گویه‌های هر طیف، در نهایت به گزینش گویه‌های مناسب برای هر طیف منجر شد. هر یک از متغیرهای پژوهش پس از تعریف نظری با مجموعه‌ای از ابعاد و معرف‌های مناسب مرتبط به هم برحسب مورد و ضرورت در قالب مقیاس یک یا چندبعدی اندازه‌گیری شدند. برای تعیین پایایی گویه‌های هر متغیر از آلفای کرونباخ استفاده شد.

انزوای اجتماعی در دو مفهوم مجزا بیان می‌شود: اول در معنای جدایی افراد و گروه‌های اجتماعی از جامعه وسیع دیگر است و معنای دوم آن به جدایی افراد از گروه‌های اجتماعی اولیه مانند خانواده، دوستان و همسایگان گفته می‌شود (Christina et al., 2009: 175). بعد اول احساس انزوای اجتماعی با چهار گویه در قالب طیف لیکرت سنجش شد.

۲- بعد دوم، احساس بی‌هنجاری اجتماعی است. منظور از بی‌هنجاری اجتماعی، احساس بی‌هدفی و حرمان است که از زندگی اجتماعی مدرن نشأت می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۶). این مؤلفه با چهار گویه در قالب طیف لیکرت سنجش شد.

۳- بعد سوم، احساس بی‌معنایی اجتماعی: فرد در چنین حالتی در عقاید و باورهای خود دچار ابهام و تردید می‌شود و نمی‌داند به چه چیزی باید اعتقاد داشته باشد؛ به عبارت دیگر، انتظار چندانی از رضایت‌بخش بودن پیش‌بینی‌های رفتاری خود در آینده ندارد. این بعد با چهار گویه در قالب طیف لیکرت سنجش شد.

۴- بعد چهارم، احساس تنفر از خویشان: با چهار گویه

جدول ۳- میزان آلفای کرونباخ قبل و پس از اصلاح ابزار پژوهش

متغیرها	ابعاد	قبل از اصلاح		پس از اصلاح	
		تعداد آلفای گویه	کرونباخ	تعداد آلفای گویه	کرونباخ
مسئولیت اجتماعی	بعد قانونی	۱۵ گویه	۰/۶۴	۸ گویه	۰/۸۵
اجتماعی	بعد اقتصادی	۸ گویه	۰/۷۹	۸ گویه	۰/۷۹
	بعد اخلاقی	۱۲ گویه	۰/۶۹	۹ گویه	۰/۸۷
از خود بیگانگی اجتماعی	بعد بشردوستانه	۱۹ گویه	۰/۶۶	۱۰ گویه	۰/۸۲
	احساس انزوای	۵ گویه	۰/۷۴	۴ گویه	۰/۸۲
احساس بی‌معنایی اجتماعی	احساس بی‌هنجاری	۵ گویه	۰/۷۶	۳ گویه	۰/۸۵
	احساس بی‌معنایی	۵ گویه	۰/۷۳	۳ گویه	۰/۸۵
	تنفر از خویشان	۵ گویه	۰/۷۴	۴ گویه	۰/۷۹
	احساس بی‌قدرتی	۵ گویه	۰/۵۸	۳ گویه	۰/۸۷

که مقدار آن در این ماتریس ۰/۸۶۴ است؛ بنابراین به حذف هیچ گویه‌ای از این مجموعه نیازی نیست. در کنار این آزمون، یکی دیگر از روش‌های آماری نسبتاً متداول، که برای بررسی و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عامل به کار

تحلیل عاملی برای ارزیابی روایی سازه

برای بررسی قابلیت اعتماد داده‌ها برای انجام تحلیل عامل تأییدی، از آزمون کفایت نمونه‌برداری^۱ (KMO) استفاده شد

^۱ Kaiser-Meyer-Olkin Measure

برای تحلیل عامل هستند و هر چهار عامل، بیشترین واریانس طیف مدنظر را تبیین می‌کنند؛ بنابراین برای تلخیص این ۳۵ گویه از این چهار عامل استفاده می‌شود.

جدول شماره ۴ مشخصه‌های آماری اولیه حاصل از تحلیل عاملی پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نشان می‌دهد که بر اساس چهار عامل با بار ویژه بیشتر از یک قرار دارند. همان‌گونه که از نتایج برمی‌آید چهار عامل اصلی از تحلیل عامل به دست آمده است که ارزش بیشتر از یک دارند و در مجموع حدود ۵۶/۶۵ درصد از واریانس نمرات مقیاس را تبیین می‌کنند. بدین ترتیب عامل اول با ارزش ویژه ۱۲/۹۸ بیشترین درصد واریانس (۲۵/۵۲)، عامل دوم با ارزش ویژه ۷/۲۴ درصد واریانس (۲۴/۱۴)، عامل سوم با ارزش ویژه ۵/۴۰۷ درصد واریانس (۱۰/۶۳) و عامل چهارم با ارزش ویژه ۳/۱۸۶ درصد واریانس (۶/۲۶۳) کل را تبیین می‌کنند.

می‌رود، آزمون کرویت بارتلت است که روی داده‌های نمونه حاضر نیز انجام شد. آزمون کرویت بارتلت در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان این معنی‌داری را نشان می‌دهد؛ بنابراین نتایج حاکی از این جدول به پژوهشگر اطمینان می‌دهد تحلیل عامل را می‌توان ادامه داد.

برای بررسی ساختار عاملی پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از آزمون تحلیل عامل تأییدی با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس بر اساس ملاک کیسر استفاده شد. بر اساس ملاک کیسر، عواملی که ارزش ویژه یک یا بیشتر دارند، عوامل استخراج‌شده در نظر گرفته می‌شوند؛ بنابراین در این مرحله، تعداد عامل‌ها را تعیین می‌کنیم. آماره‌ای که این کار را برای ما انجام می‌دهد، «مقدار ویژه» است. جدول شماره ۵ آماره‌های اولیه را برای تحلیل عامل نشان می‌دهد. چنانچه آشکار است، مقدار ویژه چهار عامل بیشتر از یک است؛ بنابراین، این چهار مورد، بهترین عامل‌ها

جدول ۴- آماره‌های اولیه برای تحلیل عاملی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی

گویه‌ها	ضریب اشتراک	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
عامل ۱	۱	۱۲/۹۸	۲۵/۵۲	۲۵/۵۲
عامل ۲	۱	۷/۲۴	۲۴/۱۴	۳۹/۷۶
عامل ۳	۱	۵/۴۰۷	۱۰/۶۳	۵۰/۳۹
عامل ۴	۱	۳/۱۸۶	۶/۲۶۳	۵۶/۶۵

با توجه به این معیارها و پیشینه نظری، سازه مسئولیت‌پذیری اجتماعی عامل‌های چهارگانه موجود در تحلیل عامل، فهرست پرسش‌های پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی به تفکیک پرسش‌های مربوط به هر عامل بدین ترتیب شناسایی شدند: عامل اول یا خرده‌مقیاس قانونی با هفت گویه (پرسش‌های ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷)، عامل دوم یا خرده‌مقیاس اقتصادی با هفت گویه (پرسش‌های ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴)، عامل سوم یا خرده‌مقیاس اخلاقی با نه گویه (پرسش‌های ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳) و عامل چهارم یا خرده‌مقیاس نوع‌دوستانه با ۱۲ گویه (پرسش‌های ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴ و ۳۵).

بعد از تعیین تعداد عامل‌ها، باید بدانیم به‌طور عمده چه گویه‌ای به چه عاملی اختصاص دارد. برای تشخیص این کار از «دوران عامل^۱» استفاده می‌شود. از پرکاربردترین روش‌های دوران عامل «دوران واریماکس^۲» است. این روش، تعلق هر گویه را به یک عامل برای ما مشخص می‌کند. در این روش، ضرایب کم و زیاد ماتریس دوران‌یافته، تعلق متغیرها به عامل‌ها را به‌وضوح نشان می‌دهد. جدول ۵ نحوه توزیع گویه‌ها را در بین عامل‌ها نشان می‌دهد. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود، هر کدام از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی با استفاده از چند پرسش سنجش و برای هر بعد، این پرسش‌ها با هم گرد شده‌اند.

^۱ Factor Rotation

^۲ Varimax Rotation

جدول ۵- ماتریس عامل دوران یافته ابعاد و شاخصه‌های مسئولیت اجتماعی

پرسش‌ها	بعد قانونی	بعد اقتصادی	بعد اخلاقی	بعد نوع دوستانه
۱- در این شرکت، روابط افراد تابع سلسله‌مراتب اداری و مبتنی بر مقررات است.	۰/۷۵			
۲- به نظر من نظام ارتقاء و انتصاب کارکنان در این شرکت تابع ضوابط قانونی است.	۰/۷۶			
۳- از نظر من کارکنان این شرکت بر اساس مقررات اداری حقوق و مزایا دریافت می‌کنند.	۰/۷۲			
۴- پرداخت به موقع مالیات را یک وظیفه اجتماعی می‌دانم.	۰/۵۳			
۵- به نظر من بهتر است هرکسی در سازمان منطبق با وظیفه‌اش عمل کند.	۰/۳۵			
۶- جلب رضایت مشتریان برای من اهمیت زیادی دارد.	۰/۳۵			
۷- این جمله را: «حق مردم است که باید تولیدات مناسبی بخرند»، خیلی قبول دارم.	۰/۳۴			
۸- من زمانی از خدمت‌کردن به مردم لذت می‌برم که خودم نیز پاداش بگیرم.	۰/۵۱			
۹- اساساً خود را زیاد درگیر مشکلات مردم نمی‌کنم؛ زیرا به من ربطی ندارد.	۰/۴۷			
۱۰- من به سودآوری این شرکت بیش از هر چیزی توجه دارم.	۰/۷۳			
۱۱- پاداش مادی یا غیرمادی برای من در این شرکت مهم است.	۰/۷۱			
۱۲- من وظیفه خود را انجام می‌دهم و کاری به مسائل مردم اطراف شرکت ندارم.	۰/۶۵			
۱۳- به نظر من منافع اصلی سهامداران، هدف اصلی شرکت نفت است.	۰/۷۴			
۱۴- حقوقم برایم مهم است و رضایت مصرف‌کننده برایم زیاد مهم نیست.	۰/۷۲			
۱۵- در شرایط فعلی اصلاً نمی‌توان به فکر دیگران بود.	۰/۵۴			
۱۶- اگر قرار باشد بین شرکت و مردم یکی را انتخاب کنم، بقای شرکت برایم مهم‌تر است.	۰/۷۲			
۱۷- گذشت و فداکاری یکی از اصول اساسی زندگی و کار من است.	۰/۶۲			
۱۸- این جمله را: «تو نیکی کن و در دجله انداز» زیاد قبول ندارم.	۰/۶۶			
۱۹- دوست دارم در مسائل مختلف مربوط به شرکت به دیگران امر و نهی کنم.	۰/۵۴			
۲۰- به نظر من جلوگیری از تخریب محیط زیست، وظیفه‌ای همگانی است.	۰/۳۸			
۲۱- اگر کمکی (مادی یا غیرمادی) به کسی می‌کنم، بدون چشمداشت پاداش است.	۰/۷۸			
۲۲- حاضر هستم مقداری از وقت غیراداری خود را صرف مسائل و مشکلات شرکت کنم.	۰/۶۲			
۲۳- به نظر من هر خانواده باید به‌طور مرتب پیاده‌روی مقابل خانه خود را تمیز کند و یا باغچه آن را آب دهد.	۰/۵۲			
۲۴- از اینکه بتوانم مشکلی را از مشکلات مردم حل کنم، خوشحال می‌شوم.	۰/۶۹			
۲۵- به راننده‌ای که در مسیر جاده احتیاج به کمک دارد، کمک می‌کنم.	۰/۶۷			
۲۶- خود را در قبال محیط‌زیست و آلوده‌نکردن آن مسئول می‌دانم.	۰/۷۱			
۲۷- به نظر من اگر کارکنان عیناً بر اساس مقررات و ضوابط اداری عمل نکنند، مشکلی به وجود نخواهد آمد.	۰/۷۳			
۲۸- اگر مغازه‌داری به اشتباه مقداری پول اضافی به من پس بدهد، آن را پس می‌دهم.	۰/۸۴			
۲۹- بعضی مواقع برای پیشبرد اهداف، ناچارم تظاهر و وانمود کنم.	۰/۷۷			
۳۰- صداقت و راست‌گویی را به‌صورت ارزش در محیط کارم زیاد قبول ندارم.	۰/۵۵			
۳۱- دوست دارم همیشه در جشن عاطفه‌ها به دیگران کمک کنم.	۰/۷۵			
۳۲- خود را موظف می‌دانم به مردم فقیر کمک کنم.	۰/۶۰			
۳۳- کمک به هم‌نوع مانند عبادت‌کردن است و رضایت خدا را جلب می‌کند.	۰/۷۶			
۳۴- حمایت از افراد معلول و از کارافتاده را وظیفه همگانی می‌دانم.	۰/۷۵			
۳۵- خیلی دوست دارم به نیت کار خیر، وارد گروه‌ها و اجتماعات شوم.	۰/۸۱			

از خودبیبگانگی اجتماعی را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهند

جدول ۶ ماتریس همبستگی میان گویه‌های متغیر

۱/۴۹ درصد واریانس (۸/۳۲)، عامل چهارم با ارزش ویژه ۱/۴۱۵ درصد واریانس (۷/۸۶) و عامل پنجم با ارزش ویژه ۱/۱۵۶ درصد واریانس (۶/۴۲۰) کل را تبیین می‌کند. عامل اول یا خرده‌مقیاس انزوای اجتماعی با چهار گویه (پرسش‌های ۱، ۲، ۳، ۴)، عامل دوم یا خرده‌مقیاس بی‌هنجاری با پنج گویه (پرسش‌های ۵، ۶، ۷، ۸، ۹)، عامل سوم یا خرده‌مقیاس بی‌معنایی با سه گویه (پرسش‌های ۱۰، ۱۱، ۱۲)، عامل چهارم یا خرده‌مقیاس تنفر از خویشان با سه گویه (پرسش‌های ۱۱، ۱۲، ۱۷) و عامل پنجم یا خرده‌مقیاس احساس بی‌قدرتی با سه گویه (پرسش‌های ۱۳، ۱۵، ۱۸).

گویه‌های این متغیر در پنج بعد متمرکز شدند. به گونه‌ای که از ۱۸ گویه به پنج بعد یا شاخص کاهش یافته است. مقدار آزمون کفایت نمونه‌برداری (KMO) در این ماتریس برابر ۰/۷۵۴ است. آزمون کرویت بارتلت در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان، این معنی‌داری را نشان می‌دهد. پنج عامل اصلی از تحلیل عامل به دست آمده‌اند که ارزش بیشتر از یک دارند و در مجموع حدود ۶۷/۶۴ درصد از واریانس نمرات مقیاس را تبیین می‌کنند. بدین ترتیب عامل اول با ارزش ویژه ۴/۹۱ بیشترین درصد واریانس (۲۷/۳۰)، عامل دوم با ارزش ویژه ۲/۶۵ درصد واریانس (۱۴/۷۵)، عامل سوم با ارزش ویژه

جدول ۶- ماتریس عامل دوران یافته ابعاد و شاخصه‌های از خودبیگانگی اجتماعی

پرسش‌ها	انزوا	بی‌هنجاری	بی‌معنایی	تنفر از خویشان	بی‌قدرتی
۱- از دیدن آشنایی در سر راه خود خوشحال می‌شوم.	۰/۷۱۵				
۲- تصور می‌کنم افرادی در حل مشکل موفق‌ترند که صداقت و راست‌گویی پیش می‌گیرند.	۰/۱۴۰				
۳- بعضی‌ها می‌گویند این روزها به افراد می‌توان اعتماد کرد، نظر شما چیست؟	۰/۶۶				
۴- از اینکه در کنار دوستانم هستم، احساس خوبی دارم.	۰/۶۳				
۵- تصور می‌کنم امروزه با استفاده از راه‌های غیرقانونی نیز می‌توان پیشرفت کرد.	۰/۶۸				
۶- فکر می‌کنم انسان باید به امروز بیندیشد. معلوم نیست فردا چه پیش می‌آید.	۰/۶۶				
۷- احساس می‌کنم امروزه در دنیایی زندگی می‌کنم که هرکس به فکر خودش است.	۰/۵۰				
۸- امروزه رفاقت و دوستی ارزش ندارد.	۰/۲۵				
۹- در جامعه ما قاعده و قانون خاصی برای زندگی کردن وجود دارد.	۰/۲۳				
۱۰- هدف از زندگی پوچ و بی‌معنا است.		۰/۷۲			
۱۱- احساس می‌کنم در زندگی، انسان ارزشمندی هستم.			۰/۶۵		
۱۲- من معمولاً خود را انسانی مفید برای جامعه می‌دانم.			۰/۴۴		
۱۳- احساس می‌کنم تسلط چندانی بر مسیر زندگی‌ام ندارم.				۰/۷۳	
۱۴- تلاش من تأثیری در سرنوشت جامعه ندارد.		۰/۷۵			
۱۵- انسان‌ها با تلاش، سرنوشت خود را می‌توانند تعیین کنند.				۰/۵۰۱	
۱۶- فکر می‌کنم زندگی انسان، سرشار از معنا و مفهوم است.		۰/۷۶			
۱۷- به وجود خود در این سازمان احساس غرور و ایبت می‌کنم.			۰/۵۶		
۱۸- بر کار و محیط کار خود نظارت و کنترل دارم.					۰/۶۱

تجزیه و تحلیل داده

داده‌های این پژوهش حاصل استخراج پرسشنامه‌هایی هستند

که ۳۹۰^۱ نفر از کارکنان شرکت نفت کرمانشاه تکمیل کردند و

^۱ تعداد نمونه ۴۰۰ نفر بوده است؛ ولی تعدادی از پرسشنامه‌ها مخدوش شد و یا اینکه ناقص پاسخ داده شده بودند و حتی برخی برگشت نخورد، به همین دلیل محقق ناچار بود بر اساس ۳۹۰ نفر تحلیل‌ها را انجام دهد.

میانگین در مقایسه با میانگین مدنظر (که برابر ۱۰۵ است) در حد پایین تری است. همچنین میانگین میزان از خودبیبگانگی کارکنان در بعد احساس انزوای اجتماعی برابر ۱۳/۰۰۵، در بعد احساس بی‌هنجاری برابر ۹/۴۸، در بعد احساس بی‌معنایی برابر ۱۲/۰۰، احساس تنفر از خویشتن برابر ۹/۷۰ و در بعد احساس بی‌قدرتی برابر ۱۰/۴۱ است. این میانگین‌ها در مقایسه با میانگین مدنظر برای مؤلفه‌های فوق به ترتیب برابر ۱۲، ۹، ۹ و ۹ است. چنین استنباط می‌شود که میانگین میزان از خودبیبگانگی کارکنان در بعد انزوای اجتماعی، بی‌معنایی و بی‌قدرتی بالاتر از میانگین مدنظر و در ابعادی چون احساس تنفر از خویشتن و میزان آنومی در حد پایین‌تر از حد متوسط قرار دارند. گفتنی است میانگین میزان از خودبیبگانگی به‌طور کلی برابر ۵۸/۶۶ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مدنظر (که برابر ۵۴ است) در حد زیادی است.

اساس تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر قرار گرفتند. پس از پایان یافتن گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ها، استخراج شدند، آن‌گاه به کامپیوتر انتقال یافتند؛ سپس با استفاده از بسته نرم‌افزار آماری برای علوم اجتماعی تجزیه و تحلیل شدند. جدول ۷ توزیع متغیر وابسته (مسئولیت‌پذیری اجتماعی) و متغیر میزان از خودبیبگانگی (متغیر مستقل اصلی) و هر یک از ابعاد آن‌ها را برحسب شاخص‌های توصیفی نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهند میانگین میزان مسئولیت اجتماعی کارکنان در بعد قانونی برابر ۱۹/۳۹، در بعد اقتصادی برابر ۲۳/۳۵، در بعد اخلاقی برابر ۲۱/۰۴ و در بعد نوع‌دوستانه برابر ۱۹/۶۰ است. این میانگین‌ها در مقایسه با میانگین مدنظر برای مؤلفه‌های فوق به ترتیب برابر ۲۴، ۲۴، ۲۷ و ۳۰ است. چنین استنباط می‌شود که میانگین مسئولیت‌پذیری کارکنان همه ابعاد چهارگانه، پایین‌تر از میانگین مدنظر قرار دارند. گفتنی است میانگین مسئولیت‌پذیری به‌طور کلی برابر ۸۳/۵۱ است. این

جدول ۷- توزیع مسئولیت‌پذیری اجتماعی و از خودبیبگانگی و هر یک از ابعاد آن برحسب شاخص توصیفی

نام متغیر	میانگین واقعی	انحراف معیار	میانگین مدنظر	کمترین	بیشترین
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۸۳/۵۱	۱۹/۸۸	۱۰۵	۴۳	۱۷۵
بعد قانونی	۱۹/۳۹	۵/۸۳	۲۴	۸	۴۰
بعد اقتصادی	۲۳/۳۵	۷/۰۳	۲۴	۸	۴۰
بعد اخلاقی	۲۱/۰۴	۶/۶۳	۲۷	۹	۴۵
بعد نوع‌دوستانه	۱۹/۶۰	۷/۴۸	۳۰	۱۰	۵۰
میزان از خودبیبگانگی	۵۸/۶۶	۱۰/۳۶	۵۴	۳۰	۸۶
احساس انزوای اجتماعی	۱۳/۰۰۵	۲/۹۶	۱۲	۴	۲۰
احساس بی‌هنجاری	۹/۴۸	۲/۸۲	۹	۳	۱۵
احساس بی‌معنایی	۱۲/۰۰	۲/۸۸	۹	۳	۱۵
احساس تنفر از خویشتن	۹/۷۰	۲/۹۹	۱۲	۳	۱۵
احساس بی‌قدرتی	۱۰/۴۰	۳/۲۶	۹	۵	۲۰

از آن بر اساس مقدار کای اسکوتر تفسیر می‌شوند. مقدار کای دو در این آزمون برابر ۱۱۳/۴۶۸ و درجه آزادی آن برابر ۳ است. این نتیجه در سطح حداقل ۹۵ درصد، این معناداری را تأیید می‌کند. میانگین رتبه بعد قانونی برابر ۲/۱۳، میانگین رتبه بعد اقتصادی برابر ۳/۱۱، میانگین رتبه اخلاقی برابر ۲/۵۰ و میانگین رتبه بشردوستانه برابر ۲/۲۶ است. همچنین نتایج نشان می‌دهند میانگین رتبه‌ها در ابعاد

جدول ۸ نتایج حاصل از آزمون میانگین رتبه‌ای فریدمن را برای ابعاد مختلف متغیر مسئولیت اجتماعی و میزان از خودبیبگانگی نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهند میانگین رتبه‌ها در ابعاد مختلف قانونی، اقتصادی، اخلاقی و نوع‌دوستانه باهم تفاوت دارند؛ بنابراین فرضیه یکسانی رتبه‌ها رد می‌شود. با توجه به اینکه معناداری آزمون رتبه‌ای فریدمن از جمله آزمون‌های مبتنی بر کای اسکوتر است؛ نتایج حاصل

رتبه بعد احساس انزوای اجتماعی برابر ۴/۱۶، میانگین رتبه بعد احساس بی‌هنجاری برابر ۲/۲۲، میانگین رتبه احساس بی‌معنایی برابر ۲/۲۴، میانگین رتبه احساس تنفر از خویشان برابر ۲/۸۴ و میانگین رتبه احساس بی‌قدرتی برابر ۳/۵۴ است.

مختلف متغیر از خودبیبگانگی باهم تفاوت دارند؛ بنابراین فرضیه یکسانی رتبه‌ها رد می‌شود. مقدار کی دو در این آزمون برابر ۴۰۴/۷۵ و درجه آزادی آن برابر ۴ است. این نتیجه در سطح حداقل ۹۵ درصد این معناداری را تأیید می‌کند. میانگین

جدول ۸- آزمون مقایسه میانگین رتبه ابعاد مختلف متغیر مسئولیت اجتماعی

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کی دو	میانگین رتبه	مسئولیت پذیری اجتماعی و از خودبیبگانگی	ابعاد از خودبیبگانگی
۰/۰۰۰	۳	۱۱۳/۴۶۸	۲/۱۳	بعد قانونی	ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی
			۳/۱۱	بعد اقتصادی	
			۲/۵۰	بعد اخلاقی	
			۲/۲۶	بعد نوع‌دوستانه	
			۴/۱۶	احساس انزوای اجتماعی	
۰/۰۰۰	۴	۴۰۴/۷۵۵	۲/۲۲	احساس بی‌هنجاری	ابعاد از خودبیبگانگی
			۲/۲۴	احساس بی‌معنایی	
			۲/۸۴	احساس تنفر از خویشان	
			۳/۵۴	احساس بی‌قدرتی	

اجتماعی ($r = -0/159$) رابطه معنادار دارد. نتایج نشان می‌دهند از خودبیبگانگی اجتماعی در بعد احساس بی‌هنجاری با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r = -0/259$)، در بعد اقتصادی ($r = -0/009$)، در بعد اخلاقی ($r = -0/163$)، در بعد بشردوستانه ($r = -0/282$) و در کل با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($r = -0/306$) رابطه معنادار دارد. نتایج نشان می‌دهند از خودبیبگانگی اجتماعی در بعد احساس بی‌معنایی با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r = -0/178$)، در بعد اقتصادی ($r = -0/199$)، در بعد اخلاقی ($r = -0/329$)، در بعد بشردوستانه ($r = -0/034$) و در کل، با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($r = -0/159$) رابطه معنادار دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهند از خودبیبگانگی اجتماعی در بعد تنفر از خویشان با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r = -0/122$)، در بعد اقتصادی ($r = -0/286$)، در بعد اخلاقی ($r = -0/329$)، در بعد بشردوستانه ($r = -0/034$) و در کل، با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($r = -0/249$) رابطه معنادار دارد. نتایج نشان می‌دهند از خودبیبگانگی اجتماعی در بعد احساس بی‌قدرتی با مسئولیت

آزمون فرضیه‌های پژوهش

آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از تکنیک‌های آماری مانند ضریب همبستگی پیرسون^۱، آزمون تی مستقل و تحلیل واریانس^۲ انجام شد.

فرضیه ۱- بین از خودبیبگانگی اجتماعی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رابطه وجود دارد.

جدول ۹ ضریب همبستگی پیرسون را بین ابعاد میزان از خودبیبگانگی اجتماعی و مسئولیت اجتماعی کارکنان نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول نشان‌دهنده ارتباط بین ابعاد مختلف متغیر میزان از خودبیبگانگی اجتماعی و مسئولیت اجتماعی کارکنان است. نتایج نشان می‌دهند میزان از خودبیبگانگی اجتماعی در بعد انزوای اجتماعی با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r = 0/012$)، در بعد اقتصادی ($r = -0/198$)، در بعد اخلاقی ($r = -0/305$)، در بعد بشردوستانه ($r = -0/063$) و در کل با مسئولیت‌پذیری

¹ Pearson Correlation

² Analysis of Variance (ANOVA)

اقتصادی ($r = -0/234$)، در بعد اخلاقی ($r = -0/373$)، در بعد بشردوستانه ($r = -0/186$) و در کل با مسئولیت پذیری اجتماعی ($r = -0/36$) رابطه معنادار دارد. این روابط مشاهده شده بر اساس ضریب همبستگی پیرسون در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان تأیید می شوند و به کل جامعه آماری تعمیم دادنی هستند.

اجتماعی در بعد قانونی ($r = -0/147$)، در بعد اقتصادی ($r = -0/01$)، در بعد اخلاقی ($r = -0/155$)، در بعد بشردوستانه ($r = -0/151$) و در کل با مسئولیت پذیری اجتماعی ($r = -0/206$) رابطه معنادار دارد. نتایج نشان می دهند از خود بیگانگی اجتماعی در کل با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r = -0/218$)، در بعد

جدول ۹- ماتریس همبستگی بین میزان از خود بیگانگی و مسئولیت پذیری کارکنان

از خود بیگانگی اجتماعی	ابعاد از خود بیگانگی اجتماعی					ضریب همبستگی پیرسون	
	احساس انزوای اجتماعی	احساس بی‌هنجاری	احساس بی‌معنایی	تفرز از خویشتن	احساس بی‌قدرتی	بعد قانونی	بعد اقتصادی
-0/218	-0/147	-0/122	-0/178	-0/256	0/12	همبستگی	بعد قانونی
0/000	0/006	0/021	0/001	0/000	0/815	معناداری	معناداری
-0/234	-0/001	-0/286	-0/199	-0/009	-0/198	همبستگی	بعد اقتصادی
0/000	0/98	0/000	0/000	0/86	0/000	معناداری	معناداری
-0/373	-0/155	-0/329	-0/302	-0/163	-0/305	همبستگی	بعد اخلاقی
0/000	0/004	0/000	0/000	0/002	0/000	معناداری	معناداری
-0/186	-0/151	-0/034	-0/202	-0/282	-0/063	همبستگی	بعد اخلاقی
0/001	0/004	0/515	0/000	0/000	0/000	معناداری	معناداری
-0/36	-0/206	-0/249	-0/159	-0/306	-0/159	همبستگی	کل مسئولیت اجتماعی
0/000	0/000	0/000	0/005	0/000	0/004	معناداری	معناداری

فرضیه‌های ۲ و ۳- بین مقطع تحصیلی و وضعیت شغلی با ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد. جدول ۱۰ آزمون تفاوت میانگین مسئولیت پذیری کارکنان را بر حسب وضعیت شغلی و وضعیت تحصیلی آن‌ها نشان می دهد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان با وضعیت شغلی رسمی ($83/49$)، وضعیت قراردادی ($89/18$)، وضعیت پیمانی ($86/84$) و برای کارکنان با وضعیت شرکتی برابر ($75/09$) است. نتایج نشان می دهند گروه‌های مختلف با هم تفاوت دارند. این تفاوت بر اساس آزمون تحلیل واریانس با مقدار ($F = 2/54$) و مقدار معناداری ($Sig = 0/054$) در سطح حداقل ۹۵٪ پذیرفتنی است و فرضیه مذکور پذیرفته می شود.

فرضیه‌های ۲ و ۳- بین مقطع تحصیلی و وضعیت شغلی با ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) رابطه وجود دارد. جدول ۱۰ آزمون تفاوت میانگین مسئولیت پذیری کارکنان را بر حسب وضعیت شغلی و وضعیت تحصیلی آن‌ها نشان می دهد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان با وضعیت شغلی رسمی ($83/49$)، وضعیت قراردادی ($89/18$)، وضعیت پیمانی ($86/84$) و برای کارکنان با وضعیت شرکتی برابر ($75/09$) است. نتایج نشان می دهند گروه‌های مختلف با هم تفاوت دارند. این تفاوت بر اساس آزمون تحلیل واریانس با مقدار

جدول ۱۰- آزمون تفاوت میانگین مسئولیت‌پذیری کارکنان بر حسب مقطع تحصیلی و وضعیت شغلی

ابعاد مسئولیت اجتماعی	مقطع تحصیلی	میانگین	انحراف معیار	میزان F	معناداری
مسئولیت اجتماعی کلی	دیپلم و زیر دیپلم	۷۹/۳۸	۲۲/۶۲	۲/۵۷	۰/۰۵۴
	فوق‌دیپلم	۷۷/۳۱	۲۳/۷۸		
	کارشناسی	۸۰/۵۴	۱۵/۱۰۴		
مسئولیت اجتماعی کلی	کارشناسی ارشد	۸۳/۵۵	۱۷/۲۲	۳/۲۲۹	۰/۰۲۳
	رسمی	۸۳/۴۹	۱۹/۸۲		
	قراردادی	۸۹/۱۸	۲۶/۷۶		
	پیمانی	۸۶/۸۴	۱۸/۵۹		
	شرکتی	۷۵/۰۹۳	۱۰/۲۴		

فرضیه ۴- بین برخورداری از امکانات رفاهی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد. جدول ۱۱ ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد میزان برخورداری از امکانات رفاهی و مسئولیت اجتماعی کارکنان را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول نشان‌دهنده ارتباط بین ابعاد مختلف متغیر میزان برخورداری از امکانات رفاهی و مسئولیت اجتماعی کارکنان است. نتایج نشان می‌دهند میزان

برخورداری از امکانات رفاهی با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r=0/157$)، در بعد اقتصادی ($r=0/011$)، در بعد اخلاقی ($r=0/046$) و در بعد بشردوستانه ($r=0/106$) و درکل با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($r=0/116$) رابطه معنادار دارد. این روابط مشاهده‌شده بر اساس ضریب همبستگی پیرسون در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شوند و به کل جامعه آماری تعمیم‌دانی هستند.

فرضیه ۵- بین سکونتگاه اقتصادی اجتماعی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد. جدول ۱۲ آزمون تفاوت میانگین مسئولیت‌پذیری کارکنان را بر حسب سکونتگاه اقتصادی اجتماعی آن‌ها نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می‌دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای ساکنان منطقه یک، برابر (۹۴/۲۹)، ساکنان منطقه دو برابر (۸۱/۱۱) و ساکنان منطقه سه، برابر

جدول ۱۱- ضریب همبستگی بین میزان برخورداری از امکانات رفاهی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان

متغیر مستقل	ابعاد مسئولیت‌پذیری	ضریب همبستگی پیرسون	نتایج همبستگی	مقدار معناداری
	بعد قانونی	۰/۱۵۷	میزان همبستگی	۰/۰۰۶
میزان برخورداری از امکانات رفاهی	بعد اقتصادی	۰/۰۱۱	میزان همبستگی	۰/۸۵۵
	بعد اخلاقی	۰/۰۴۶	میزان همبستگی	۰/۴۲۵
	بعد نوع‌دوستانه	۰/۱۰۶	میزان همبستگی	۰/۰۶۳
	کل مسئولیت اجتماعی	۰/۱۱۶	میزان همبستگی	۰/۰۵۲

فرضیه ۵- بین سکونتگاه اقتصادی اجتماعی و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد. جدول ۱۲ آزمون تفاوت میانگین مسئولیت‌پذیری کارکنان را بر حسب سکونتگاه اقتصادی اجتماعی آن‌ها نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می‌دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای ساکنان منطقه یک، برابر (۹۴/۲۹)، ساکنان منطقه دو برابر (۸۱/۱۱) و ساکنان منطقه سه، برابر

این تفاوت بر اساس تحلیل واریانس با مقدار (F= ۲۱/۶۲) و مقدار معناداری ($Sig=0/000$) در سطح حداقل ۰/۹۵ مطلوب است و فرضیه مذکور پذیرفته می‌شود؛ به تعبیر دیگر، فرضیه H0 رد و H1 تأیید می‌شود و نتایج به کل جامعه آماری تعمیم‌دانی هستند. گفتنی است نتایج فرضیه مذکور به تفکیک برای ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی معنادار است. همچنین میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان مرد،

این تفاوت بر اساس تحلیل واریانس با مقدار (F= ۲۱/۶۲) و مقدار معناداری ($Sig=0/000$) در سطح حداقل ۰/۹۵ مطلوب است و فرضیه مذکور پذیرفته می‌شود؛ به تعبیر دیگر، فرضیه H0 رد و H1 تأیید می‌شود و نتایج به کل جامعه آماری تعمیم‌دانی هستند. گفتنی است نتایج فرضیه مذکور به تفکیک برای ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی معنادار است. همچنین میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان مرد،

مذکور پذیرفتنی است؛ به تعبیر دیگر، فرضیه H0 رد و H1 تأیید می‌شود و نتایج به کل جامعه آماری، تعمیم‌دانی هستند.

برابر (۸۲/۵۰) و برای زنان، برابر (۸۷/۴۲) است. این تفاوت بر اساس آزمون تی با مقدار (T= -۰/۲۱) و مقدار معناداری (Sig= ۰/۸۳۳) در سطح حداقل ۰/۹۵ مطلوب نیست و فرضیه

جدول ۱۲- آزمون تفاوت میانگین مسئولیت‌پذیری کارکنان بر حسب سکونتگاه اقتصادی اجتماعی

متغیر وابسته	مناطق	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	معناداری
کل مسئولیت اجتماعی	منطقه ۱	۸۸	۹۴/۲۹	۲۳/۵۱	۲۱/۶۲	۰/۰۰۰
	منطقه ۲	۱۱۸	۸۱/۱۱	۱۱/۰۱		
	منطقه ۳	۱۱۳	۷۷/۲۴	۲۱/۰۷		
متغیر وابسته کل مسئولیت اجتماعی	مناطق مرد	۲۴۴	۸۲/۵۰	۲۰/۵۷	مقدار t	معناداری
	مناطق زن	۷۸	۸۷/۴۲	۱۷/۲۴		

نتایج نشان می‌دهند مدت زمان خدمت با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی (f= -۰/۰۷۸)، در بعد اقتصادی (f= -۰/۰۲۶)، در بعد اخلاقی (f= -۰/۰۰۳) و در بعد بشردوستانه (f= -۰/۰۳۴) و در کل با مسئولیت اجتماعی (f= -۰/۰۵۷) رابطه معنادار ندارد.

فرضیه ۶- بین مدت زمان خدمت و مسئولیت اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد. جدول ۱۳ ضریب همبستگی پیرسون بین مدت زمان خدمت و مسئولیت اجتماعی کارکنان را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول نشان‌دهنده نبود رابطه معنادار بین مدت زمان خدمت و مسئولیت اجتماعی کارکنان هستند.

جدول ۱۳- ضریب همبستگی بین مدت زمان خدمت و مسئولیت اجتماعی کارکنان

ضریب همبستگی پیرسون	ابعاد مسئولیت اجتماعی	نتایج همبستگی	مقدار معناداری
متغیر مستقل	بعد قانونی	-۰/۰۷۸	۰/۱۴۱
مدت زمان خدمت	بعد اقتصادی	-۰/۰۲۶	۰/۶۲۸
	بعد اخلاقی	-۰/۰۰۳	۰/۹۶۰
	بعد نوع‌دوستانه	-۰/۰۳۴	۰/۵۲۱
	کل مسئولیت اجتماعی	-۰/۰۵۷	۰/۳۱۶

برابر (۸۷/۴۲) است. این تفاوت بر اساس آزمون تی با مقدار (T= -۱/۰۹) و مقدار معناداری (Sig= ۰/۱۰۸) در سطح حداقل ۰/۹۵ مطلوب نیست و فرضیه مذکور رد می‌شود؛ به تعبیر دیگر، فرضیه H0 تأیید و H1 رد می‌شود و نتایج به کل جامعه آماری، تعمیم‌دانی نیستند.

فرضیه ۷- جنسیت در مسئولیت اجتماعی کارکنان تأثیر دارد.

جدول ۱۴ آزمون تفاوت میانگین مسئولیت اجتماعی کارکنان را بر حسب جنسیت آن‌ها نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون تی گروه‌های مستقل نشان می‌دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان، برابر (۸۲/۵۰) و برای زنان،

جدول ۱۴- آزمون تفاوت میانگین مسئولیت اجتماعی کارکنان بر حسب جنسیت

متغیر وابسته	گروه‌ها	فراوانی	میانگین	انحراف لیونز	معناداری	مقدار t	معناداری	
مسئولیت اجتماعی ابعاد	بعد قانونی	مرد	۲۸۱	۱۹/۳۶	۵/۹۴	-۰/۲۱۱	۰/۸۳۳	
		زن	۸۳	۱۹/۵۱	۵/۵۹			
	بعد اقتصادی	مرد	۲۷۷	۲۳/۰۴	۷/۱۸	۰/۴۲۲	-۱/۶۲	۰/۱۰۵
		زن	۸۱	۲۴/۴۹	۶/۵۷			
	بعد اخلاقی	مرد	۲۸۲	۲۰/۲۵	۶/۴۳	۰/۶۹۸	-۴/۴۹	۰/۰۰۰
		زن	۸۳	۲۳/۸۷	۶/۵۴			
	بعد نوع‌دوستانه	مرد	۲۸۵	۱۹/۶۸	۷/۷۲	۰/۱۱۵	-۰/۰۵۱	۰/۹۶
		زن	۸۳	۱۹/۷۳	۶/۵۶			
	کل مسئولیت اجتماعی	مرد	۲۴۴	۸۲/۵۰	۲۰/۵۷	۰/۰۵۲	-۱/۰۹	۰/۱۰۸
		زن	۷۸	۸۷/۴۲	۱۷/۲۴			

فرضیه ۸- بین وضعیت سنی و مسئولیت اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد. جدول ۱۵ ضریب همبستگی پیرسون بین سن و مسئولیت اجتماعی کارکنان را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول نشان‌دهنده نبود ارتباط بین سن و مسئولیت اجتماعی کارکنان هستند. نتایج نشان می‌دهند سن با مسئولیت اجتماعی در بعد قانونی ($r=0/051$)، در بعد اقتصادی ($r=0/086$)، در بعد اخلاقی ($r=-0/004$) و در بعد بشردوستانه ($r=-0/022$) و در کل با مسئولیت اجتماعی ($r=0/012$) رابطه معنادار ندارد. این روابط مشاهده شده بر اساس ضریب همبستگی پیرسون در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان تأیید نمی‌شوند و به کل جامعه آماری، تعمیم‌دانی نیستند.

فرضیه ۸- بین وضعیت سنی و مسئولیت اجتماعی کارکنان، رابطه وجود دارد.

جدول ۱۵ ضریب همبستگی پیرسون بین سن و مسئولیت اجتماعی کارکنان را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول نشان‌دهنده نبود ارتباط بین سن و مسئولیت اجتماعی کارکنان هستند. نتایج نشان می‌دهند سن با مسئولیت اجتماعی در بعد

جدول ۱۵- ضریب همبستگی بین سن و مسئولیت اجتماعی کارکنان

متغیر مستقل	ضریب همبستگی پیرسون	ابعاد مسئولیت اجتماعی	میزان همبستگی	نتایج همبستگی	مقدار معناداری
سن پاسخگویان	بعد قانونی	۰/۰۵۱	۰/۳۲۹		
	بعد اقتصادی	۰/۰۸۶	۰/۱۰۲		
	بعد اخلاقی	-۰/۰۰۴	۰/۹۳۹		
	بعد نوع‌دوستانه	-۰/۰۲۲	۰/۶۶		
	کل مسئولیت اجتماعی	۰/۰۱۲	۰/۸۲۷		

آزمون مدل: رگرسیون چندگانه در پژوهش حاضر از آماره رگرسیون چندمتغیره به شیوه گام به گام^۱ استفاده شده است. در این روش، متغیرهای مختلف به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته وارد معادله می‌شوند و متغیرهایی که تأثیری در توضیح متغیر وابسته نداشته باشند، خارج از معادله قرار می‌گیرند. گفتنی

است برای استفاده از این روش، متغیرهای اسمی به صورت ساختگی^۲ وارد تحلیل شده‌اند. در اینجا متغیر ساختگی، برداری است که در آن به اعضای طبقه معینی، یک عدد دلخواه و به بقیه (آزمودنی‌هایی که عضو آن طبقه نباشند) عدد دلخواه دیگری داده می‌شود. با این روش، این متغیرها در جوار متغیرهای پیوسته به کار می‌روند و به صورت متغیرهای

² Dummy

¹ Stepwise

آزمون T نشان می‌دهد ضریب بتا برای چهار متغیر مذکور در سطح معناداری قرار دارد. این چهار متغیر روی هم‌رفته مقدار ۰/۴۸ از تغییرات درونی متغیر وابسته را توانستند تبیین کنند. کمیت F معنادار است. این مطلب نشان می‌دهد حداقل یکی از متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته مؤثر است.

وابسته استفاده می‌شوند. نتایج حاصل از معادله رگرسیونی مربوط به تحلیل چندگانه متغیرهای مستقل برای پیش‌بینی متغیر مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهند در این معادله، چهار متغیر میزان از خودبیبگانگی، میزان برخورداری از امکانات رفاهی، سکونتگاه اقتصادی اجتماعی و میزان تحصیلات وارد معادله رگرسیونی شدند.

جدول ۱۶- تحلیل چندگانه متغیرهای مستقل برای پیش‌بینی مسئولیت اجتماعی

مرحله	نام متغیر	B	Beta	مقدار t	معناداری	مقدار R	R ²	آزمون فیشر	معناداری
۱	میزان از خودبیبگانگی	-۱/۲۴	-۰/۳۸	-۵/۵۱	۰/۰۰۰	۰/۵۹	۰/۳۵		
۲	میزان برخورداری از امکانات رفاهی	۰/۸۲	۰/۲۲	۳/۸۸	۰/۰۰۱	۰/۶۴	۰/۴۲	۲۸/۴۸	۰/۰۰۰
۳	سکونتگاه اقتصادی اجتماعی	۰/۳۱	۰/۱۹	۲/۹۳	۰/۰۰۴	۰/۶۷	۰/۴۵		
۴	میزان تحصیلات	۱/۲۶	۰/۲۰	۳/۱۰	۰/۰۰۲	۰/۶۹	۰/۴۸		
									Durbin-Watson = ۱/۷۰۴
									Constant= ۲۷/۵۷

می‌دهد.

همان‌گونه که در مدل مسیر مشاهده می‌شود، میزان از خودبیبگانگی با ضریب مسیر ۰/۳۸- از میان متغیرهای تعریف‌شده، قوی‌ترین متغیر تأثیرگذار در میزان مسئولیت‌پذیری در این مدل شناخته شده است که تأثیر آن بر مسئولیت‌پذیری به صورت معکوس و منفی است. در مرتبه بعدی، میزان برخورداری از امکانات رفاهی است که به‌طور مستقیم اثر در خور توجهی در مسئولیت‌پذیری داشته است؛ بنابراین متغیر میزان برخورداری از امکانات رفاهی با ضریب اثر (۰/۲۲) دومین متغیر است که اثر مستقیم در میزان مسئولیت‌پذیری داشته است؛ یعنی با افزایش میزان برخورداری از امکانات رفاهی، میزان مسئولیت‌پذیری کارکنان نیز افزایش می‌یابد. همچنین متغیرهایی چون میزان برخورداری از امکانات رفاهی، سکونتگاه اقتصادی اجتماعی و میزان تحصیلات، متغیرهایی هستند که به‌طور مستقیم با میزان مسئولیت‌پذیری کارکنان در ارتباط بوده‌اند.

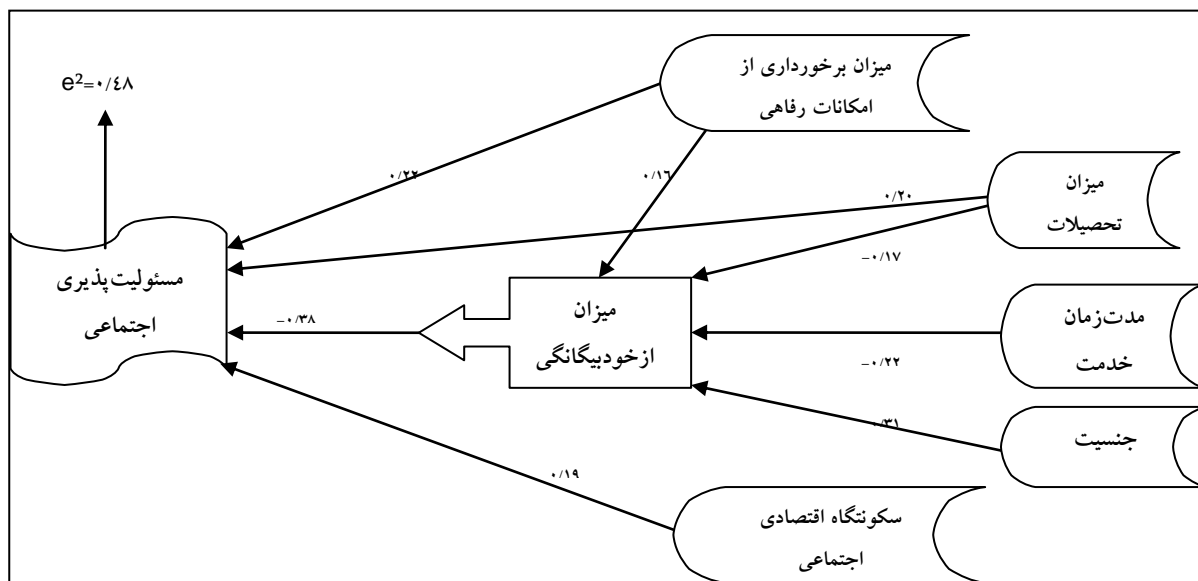
بر اساس این، معادله رگرسیون چندمتغیره در پژوهش حاضر به این صورت است:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + \dots + bx_n$$

مسئولیت اجتماعی = ۰/۳۸- (از خودبیبگانگی) + ۰/۲۲ (میزان برخورداری از امکانات رفاهی) + ۰/۱۹ (سکونتگاه اقتصادی اجتماعی) + ۰/۲۰ (میزان تحصیلات) + e_i

مدل علی تحلیل مسیر

میزان R^2 در این تحلیل ۰/۴۸ است. در مقابل R^2 عدد مهم دیگری به نام ضریب خطا یا ضریب پس‌ماند وجود دارد که آن را با e نشان می‌دهند. ضریب خطا میزان تأثیر عوامل غیر از متغیرهای مدل است؛ به عبارت دیگر، ضریب خطا نسبت واریانس توضیح داده‌نشده با مدل تحلیلی است. برای نشان دادن مقدار واریانس تبیین‌نشده باید مقدار خطا را به توان دو برسانیم. $e^2 = ۰/۵۲$ ؛ بنابراین گفتنی است ۰/۵۲ واریانس را مدل تبیین نکرده است و ۰/۴۸ آن با متغیرهای مستقل پژوهش تبیین شده است که برآزش خوبی از مدل را نشان



مدل ۲- نتایج حاصل از مدل تجربی پژوهش با روش تحلیل مسیر

مدل معادلات ساختاری

معیارهای برازش مدل ساختاری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و از خود بیگانگی نشان می‌دهند، مدل ساختاری، برازش نسبتاً مناسبی دارد. نتایج حاصل در سه مرحله تا بهبود مدل به صورت زیر نشان داده می‌شوند:

۱- شاخص کای اسکوتر (خیی دو): مقدار کای اسکوتر غیرمعنادار CMIN در مرحله اول برابر با ۱۲۱/۴۸ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ نتیجه مطلوبی را نشان نمی‌دهد. در مرحله دوم با اصلاح مدل با همبسته‌کردن خطای z8 و alienation میزان آن به ۴۲/۷۳ تا حدی به مرحله بهبود دست‌یافتیم؛ اما باز هم مدل خوبی را نشان نمی‌دهد. در مرحله سوم با همبسته‌کردن خطای z2 و z5 به بهبودی و نتیجه مطلوب یعنی دست یافتیم. ۳۵/۹۴

۲- شاخص جذر برآورد واریانس خطای تقریب: در این پژوهش مقدار این شاخص سه مرحله به ترتیب برابر ۰/۱۰۲، ۰/۰۴۷ و ۰/۰۴۸ است که نزدیک به صفر است و برازندگی مدل را تأیید می‌کند.

۳- شاخص ریشه میانگین مجذور باقیمانده‌ها: در مدل

مذکور مقدار آن برای سه مدل برابر ۰/۰۶۷، ۰/۰۳۴ و ۰/۰۳۵ است که نزدیک به صفر است و برازندگی مدل را تأیید می‌کند.

۴- نسبت کای اسکوتر نسبی: این مقدار در مدل مرحله اول برابر ۵/۰۶، برای مدل در مرحله دوم برابر ۱/۸۵ و برای مدل در مرحله سوم برابر ۱/۸۱ است که در مجموع وضعیت بهبودی را برای مدل نشان می‌دهد.

۵- شاخص برازش هنجار شده مقتصد و شاخص برازش تطبیقی مقتصد: شاخص برازش تطبیقی CFI در سه مرحله برابر ۰/۸۵، ۰/۹۷ و ۰/۹۷ است که نتایج مطلوبی را نشان می‌دهد. برای شاخص برازش شده تطبیقی مقتصد PCFI این مقادیر به ترتیب برابر ۰/۵۶، ۰/۵۹ و ۰/۵۹ است.

هرچند افزودن برخی از وزن‌های رگرسیونی مانند بتای z8 و alienation و برقراری رابطه یکسویه بین این دو متغیر خیلی معنادار نیست؛ از آنجا که به شدت زیادی در مرحله دوم مقدار کای اسکوتر را پایین آورده است، تا حدی مطلوب است؛ اما چنین نکته‌ای در این حد بیشتر نه به لحاظ روشی و نه به لحاظ نظری، توجیه‌پذیر و مطلوب نیست.

جدول ۱۷- شاخص‌های کلی برازش برای مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان

انواع شاخص	نام شاخص	معادل فارسی شاخص	دامنه قابل قبول*	مدل		
				مدل اولیه	مرحله دوم	مرحله سوم
	Chi-Square	مقدار کای اسکوئر	وابسته به نمونه	۱۲۱/۴۸	۴۲/۷۳	۳۵/۹۴
مطلق	P-value	سطح معناداری	وابسته به نمونه	۰/۰۰۰	۰/۰۱۷	۰/۰۱۱
نسبی	RMSEA	ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده	۰-۰/۰۸	۰/۱۰۲	۰/۰۴۷	۰/۰۴۶
	CMIN/DF	نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی		۵/۰۶	۱/۸۵	۱/۸۱
تطبیقی	CFI	شاخص برازش تطبیقی	۱-۰/۹۰	۰/۸۵	۰/۹۷	۰/۹۷
مقتصد	PCFI	شاخص برازش شده تطبیقی مقتصد	۱-۰/۵۰	۰/۵۶	۰/۵۹	۰/۵۹

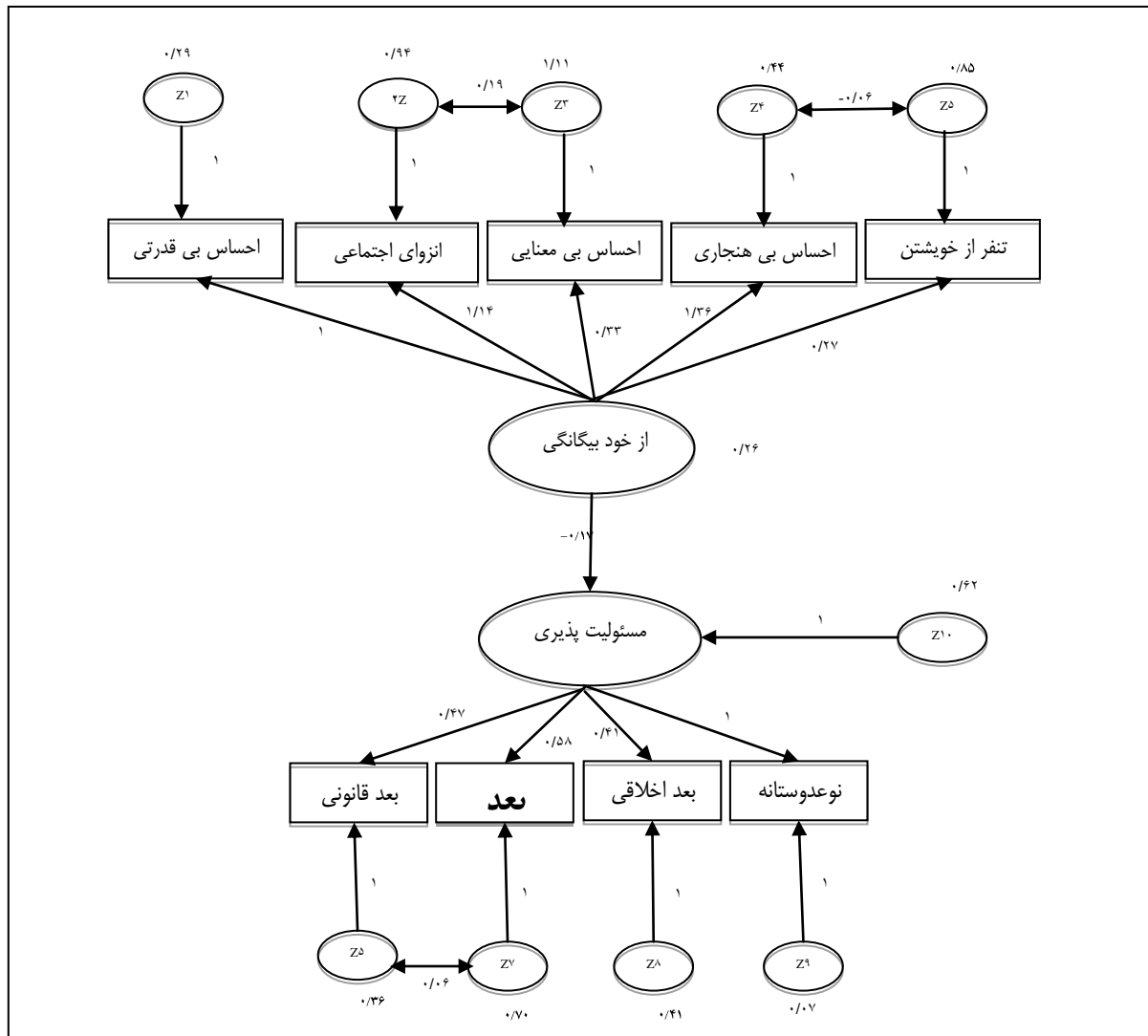
*مقادیر مندرج در ستون دامنه قابل قبول از کتاب مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی دکتر وحید قاسمی (۱۳۸۸) اخذ شدند.

گرفت که داده‌های گردآوری شده تا حد زیادی مدل اندازه‌گیری و ساختاری را حمایت می‌کند. منفی بودن وزن رگرسیونی یا بارهای عاملی (بین از خودبیبگانگی و مسئولیت‌پذیری) نتیجه منطقی و مطلوبی را از مبانی نظری نمودار نشان می‌دهد. ارزیابی کلیت مدل در واقع نشان می‌دهد آیا کلیه روابط فرض شده در پژوهش درباره اندازه‌گیری متغیرهای پنهان و همچنین اثر متغیر مستقل در وابسته با داده‌های گردآوری شده، حمایت و تأیید می‌شوند یا نه؟ برای این منظور شاخص‌های تطبیقی، مقتصد و مطلق در مجموع برای ارزیابی کلیت آن مدل استفاده می‌شوند.

در مدل نظری تدوین شده، متغیرهای بیرونی و متغیر پنهانی چون از خودبیبگانگی، متغیر بیرونی و متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، متغیر پنهان درونی تعریف شدند. مقدار کای اسکوئر، که شاخص بدی برازش است، برابر با ۳۵/۹۴ محاسبه شد. این مقدار هرچند معنادار است؛ با توجه به حساس بودن آن به حجم نمونه و با توجه به حجم نمونه بالا در این مطالعه (۳۹۰ نفر) و همچنین توجه به سایر شاخص‌های برازش شامل ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) برابر ۰/۰۳۵، شاخص نیکویی برازش (CFI) برابر ۰/۹۷ و شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (PCFI) برابر ۰/۵۹ می‌توان چنین نتیجه

جدول ۱۸- برآوردهای استاندارد و غیراستاندارد برای پارامترهای گاما و لاند و آزمون برابری پارامترها با مقدار صفر

نوع پارامتر	مسیر	پارامترهای آزاد و ثابت تعریف شده در مدل (وزن‌های رگرسیونی)	برآورد		خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
			استاندارد	غیراستاندارد			
Beta	← Responsibility	Alienation	-۰/۱۷۵	-۰/۳۱۴	۰/۱۱۷	۲/۶۸	۰/۰۰۷
	← CSR1	Responsibility	۱/۰۶۱	۱/۰۰۰			متغیر مرجع
Gamma	← CSR2	Responsibility	۰/۴۶۵	۴۲۷/۰	۰/۰۶۲	۶/۸۸	۰/۰۰۰
	← CSR3	Responsibility	۰/۴۷۱	۵۶۵/۰	۰/۰۸۲	۶/۸۴	۰/۰۰۰
	← CSR4	Responsibility	۰/۵۱۲	۰/۴۶۹	۰/۰۶۶	۷/۱۱	۰/۰۰۰
	← Bbig1	Alienation	۰/۱۶۸	۱/۰۰۰			متغیر مرجع
	← Bbig2	Alienation	۰/۵۰۳	۰/۸۶/۱	۰/۱۴۴	۷/۷۱۳	۰/۰۰۰
	← Bbig3	Alienation	۰/۱۴۹	۰/۳۰۳	۰/۱۲۴	۲/۴۵۳	۰/۰۱۴
	← Bbig4	Alienation	۰/۷۱۷	۱/۳۰۹	۰/۱۴۴	۹/۰۶۵	۰/۰۰۰
	← bbig5	Alienation	۰/۱۴۱	۰/۲۵۰	۰/۱۲۰	۲/۰۹۱	۰/۰۳۶



نمودار ۳- نتایج حاصل از مدل ساختاری پژوهش

بحث و نتیجه

به کاهش رفتارهای مسئولانه سازمانی می‌تواند بینجامد. شاید یکی از دلایل همبستگی بالاتر مسئولیت‌پذیری افراد در سازمان معطوف به تعلق و احساس متعلق بودن به سازمان و به تعبیری کاهش از خود بیگانگی فرد در سازمان باشد. احساس ناتوانی و از خودبیزاری، افراد را به بی‌معنایی می‌رساند و شاید با پژوهش‌های عمیق‌تر این ادعا را بتوان مطرح کرد که احتمالاً بی‌معنایی، اساس از خودبیگانگی سازمانی است. افرادی که به دلیل نبود تناسب در سازمان به از خودبیگانگی شغلی می‌رسند، مسئولیت‌پذیری سازمانی در آنان نیز کاهش می‌یابد. افراد به ارزیابی خودشان در

زمانی که افراد در یک سازمان، یگانگی زیادی را با سازمان خود درک کنند، این ادراک باعث رفع برخی نیازهای ذاتی کارکنان شده و از این رهگذر، کارکنان به احساس رضایت و امنیت شغلی و مسئولیت نسبت به سازمان دست پیدا می‌کنند. در راستای این احساسات، انگیزه‌های افراد افزایش می‌یابد و به رفتارهای شهروندی سازمانی منجر خواهند شد. برعکس وجود جدایی و فاصله با اهداف سازمانی، موجب کاهش حرمت خود و نبود اعتماد در سازمان شده و این بی‌اعتمادی سازمانی، موجب اقدامات تلافی‌جویانه در سازمان می‌شود و

کاهش می یابد.

نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان با وضعیت شغلی مختلف متفاوت است و بین گروه های مختلف با هم تفاوت معنادار وجود دارد. بر اساس این نتایج مشخص می شود کارکنان پیمانی و قراردادی، احساس مسئولیت بیشتری نسبت به سایر کارکنان دارند. البته این وضعیت در راستای تحلیل دیدگاه هومنز تأییدشدنی نیست و جای بحث و بررسی بیشتری دارد.

نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنان با مقطع تحصیلی دیپلم و زیر دیپلم (۷۹/۳۸)، فوق دیپلم (۷۷/۳۱)، کارشناسی (۸۰/۵۴) و برای کارکنان با مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد برابر (۸۳/۵۵) است. بین گروه های مختلف با هم تفاوت معنادار وجود دارد. بر اساس دیدگاه هومنز نتیجه گرفته می شود اگر درون یک سازمان، سطح تحصیلات پایین تر است، کارکنان سابقه کمتر دارند، سمت شغلی و رتبه شغلی آنها پایین تر است، وقت کمتری صرف می کنند و کارشان ساده تر است، احساس مسئولیت کمتری نیز می کنند.

نتایج نشان می دهند میزان برخورداری از امکانات رفاهی با مسئولیت اجتماعی در تمامی ابعاد، رابطه معنادار دارد. هر اندازه کارکنان یک سازمان، شرایطی برای گذران اوقات فراغت، دسترسی به تسهیلات فرهنگی، محیط زیست و امنیت فرد در برابر تجاوزهای مالی و جانی، امنیت شغلی، حقوق و دستمزدی داشته باشند که با آن کیفیت زندگی خود را بتوانند سر و سامان دهند، مسئولیت بیشتری در قبال سازمان خواهند داشت.

نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می دهند میانگین مسئولیت اجتماعی برای کارکنانی که در منطقه یک زندگی می کنند نسبت به ساکنان منطقه دو و منطقه سه بهتر است. این نتیجه با مطالعه مرادی (۱۳۹۱) و مرتضوی (۱۳۸۹) همسو است. از آنجا که در هر محیط جغرافیایی مناطق متعددی برای سکونت وجود دارد و همیشه مناطق بالا، کیفیت

موقعیت های اجتماعی ای گرایش دارند که تأییدی بر ارزشمندی آنان است و موقعیت های اجتماعی را که در آن بازخورد مثبت دریافت نمی کنند، بی ارزش قلمداد می کنند.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهند میانگین میزان مسئولیت اجتماعی کارکنان در بعد قانونی برابر ۱۹/۳۹، در بعد اقتصادی برابر ۲۳/۳۵، در بعد اخلاقی برابر ۲۱/۰۴ و در بعد نوع دوستانه برابر ۱۹/۶۰ است. این میانگین ها در مقایسه با میانگین مدنظر برای مؤلفه های فوق به ترتیب برابر ۲۴، ۲۴، ۲۷ و ۳۰ است. چنین استنباط می شود که میانگین مسئولیت پذیری کارکنان همه ابعاد چهارگانه پایین تر از میانگین مدنظر قرار دارند.

میانگین میزان از خودبیبگانگی کارکنان در بعد احساس انزوای اجتماعی برابر ۱۳/۰۰۵، در بعد احساس بی هنجاری برابر ۹/۴۸، در بعد احساس بی معنایی برابر ۱۲/۰۰، احساس تنفر از خویشان برابر ۹/۷۰ و در بعد احساس بی قدرتی برابر ۱۰/۴۱ است. این میانگین ها در مقایسه با میانگین مدنظر برای مؤلفه های فوق به ترتیب برابر ۱۲، ۹، ۹، ۱۲ و ۹ است. چنین استنباط می شود که میانگین میزان از خودبیبگانگی کارکنان در بعد انزوای اجتماعی، بی معنایی و بی قدرتی، بالاتر از میانگین مدنظر و در ابعادی چون احساس تنفر از خویشان و میزان آنومی در حد پایین تر از حد متوسط قرار دارد.

نتایج حاصل از فرضیه اول نشان می دهند میزان از خودبیبگانگی اجتماعی در بعد انزوای اجتماعی، احساس بی هنجاری، احساس بی معنایی، تنفر از خویشان و در بعد احساس بی قدرتی با مسئولیت اجتماعی، رابطه معنادار دارد. نتایج نشان می دهند از خودبیبگانگی اجتماعی با مسئولیت اجتماعی، رابطه معنادار دارد. همچنین بر اساس دیدگاه نظری سیمن، زمانی که فرد در سازمان و یا جامعه احساس می کند از طرف سایر افراد طرد می شود، در زندگی خود احساس مفیدبودن و اثرگذاری خود را از دست می دهد، احساس بی ارزش بودن و بی قدرتی پیدا می کند، کارش را دوست ندارد و بنابراین احساس مسئولیت و تعلق سازمانی نیز در وی

مسئولیت‌های سازمانی به آن‌ها، مشارکت آن‌ها در تصمیم‌های سازمانی و نظرخواهی از آن‌ها برای ارائه ایده‌های سازنده در این راستا می‌توان کمک مؤثری گرفت.

۶- با توجه به تأثیرگذاری امکانات رفاهی در مسئولیت‌پذیری سازمانی، پیشنهاد می‌شود سازمان با در اختیار گذاشتن تسهیلات کم‌بهره و به‌صورت اقساط و فراهم کردن شرایطی برای رسیدن کارمندان به برنامه‌های اوقات فراغت، مسکن و تربیت و آموزش فرزندان، به آنان کمک کند به شرایط مدنظر خود دست یابد.

منابع

- بوریل، گ. و گارت، م.م. (۱۳۸۶). *نظریه‌های کلان جامعه‌شناختی و تجزیه و تحلیل سازمان (عناصر جامعه‌شناختی حیات سازمانی)*، ترجمه: نوروزی، م.ت.، تهران: انتشارات سمت.
- پاشا، ا. (۱۳۸۸). «نقدی بر تحول تاریخی اندیشه رفتار سازمانی»، *فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، س ۱، ش ۱، ص ۷۱-۹۲.
- جعفری‌نیا، غ.ر. (۱۳۹۲). «بررسی نقش امنیت اجتماعی مرتبط با بیگانگی سازمانی در پلیس با سازمان‌های دیگر (مورد مطالعه: شهر کرمان)»، *فصلنامه دانش انتظامی کرمان*، س ۴، ش ۶، ص ۱۷-۲۲.
- سبحانی‌نژاد، م. (۱۳۷۹). «مسئولیت‌پذیری اجتماعی در برنامه‌ریزی درسی کنونی - دوره ابتدایی ایران و طرحی برای آینده». پایان‌نامه دکتری، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- ستوده، ه. (۱۳۷۴). *درآمدی بر روان‌شناسی اجتماعی*، تهران: آوای نور.
- سعیدی‌پور، ب. و مرادی، گ. (۱۳۹۲). «تهیه ابزار مسئولیت اجتماعی کارکنان و برآورد پایایی و روایی آن»، *فصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناختی معاصر*، س ۱، ش ۲، ص ۱۱۷-۱۰۱.

زندگی سالم‌تری دارند؛ متناسب با هنجارهای حاکم بر مناطق محل سکونت خود رفتارهای اجتماعی آن‌ها نیز تغییر می‌یابد و شکل می‌گیرد. در این پژوهش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان طبقه بالای جامعه و افرادی که در سکونتگاه‌های اقتصادی اجتماعی رده بالای کرمانشاه سکونت دارند، در محل کار خود نیز تا حدی منظم و متناسب با هنجارهای رایج در سازمان رفتار می‌کنند. هرچند این نتیجه را به کل جامعه نمی‌توان تعمیم داد؛ با احتیاط بیشتری می‌توان قضاوت کرد که هنجارهای تعریف‌شده سازمانی برای افرادی که با هنجارهای رسمی یک جامعه سازگاری بیشتری دارند، راحت‌تر اجرا و نهادینه می‌شوند.

پیشنهادها و راهکارها

- ۱- پیشنهاد می‌شود در این زمینه، پژوهش‌هایی به‌صورت کیفی انجام گیرد. از آنجا که در پژوهش‌های کمی، پژوهشگر ناچار است در فرایند چارچوبی از قبل تعیین‌شده حرکت کند، در برخی موارد، واقعیت را آن‌چنانکه وجود دارد، نمی‌تواند بررسی و مطالعه کند.
- ۲- پیشنهاد می‌شود مسئولیت اجتماعی سازمانی نیز مطالعه و بررسی شود؛ زیرا در این رویکرد، پژوهشگر صرفاً به کارکنان محدود نمی‌شود و کل صاحبان منافع سازمان را می‌تواند بررسی و مطالعه کند. گفتنی است جای این موضوع در ایران و مطالعات اجتماعی به‌شدت خالی است.
- ۳- پیشنهاد می‌شود نقش عواملی چون سبک‌های مدیریت، عوامل محیطی و سایر متغیرها نیز بررسی شود.
- ۴- پیشنهاد می‌شود این موضوع در میان کارکنان سایر نهادها و شرکت‌هایی که آلودگی‌های زیست‌محیطی بیشتری نیز دارند، مانند پتروشیمی‌ها، شرکت‌های گاز و همچنین نیروگاه‌های برق و سایر سازمان‌های مربوط مطالعه شود.
- ۵- از آنجا که از خودبیگانگی، تأثیر معناداری در مسئولیت‌پذیری کارکنان دارد، برای کاهش از خودبیگانگی اجتماعی کارکنان، از پاداش‌های مادی و غیرمادی، محول‌کردن

- صوبوری، م. (۱۳۷۹). *جامعه‌شناسی سازمان‌ها*، تهران: نشر شب‌تاب.
- فرنیچ، د. و ساورد، ه. (۱۳۷۱). *فرهنگ مدیریت*، ترجمه: صائبی، م.، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- فکوهی، ن. (۱۳۷۸). *خشونت سیاسی*، تهران: پیام امروز با همکاری نشر قطره.
- قاسمی، و. (۱۳۸۹). *مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- گرب، ا. (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی: نابرابری اجتماعی*، ترجمه: سیاه‌پوش، م. و غروی‌زاد، ا.ر.، تهران: معاصر، چاپ دوم.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۴). *جامعه‌شناسی*، ترجمه: صوبوری، م.، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۹). *جامعه‌شناسی*، ترجمه: چاوشیان، ح.، تهران: نشر نی.
- محسنی تبریزی، ع.ر. (۱۳۸۳). *بررسی وندالیسم در تهران*، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.
- مرادی، گ. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل اقتصادی اجتماعی مرتبط با مسئولیت‌پذیری کارکنان شرکت نفت کرمانشاه»، رساله دکتری تخصصی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان.
- مرتضوی، س.، پورآزاد، ن.، امیر رضوی، پ. و صادقی مقدم، م. (۱۳۸۹). «بررسی نقش تعدیل‌گری متغیر اهمیت مسئولیت اجتماعی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی، نمونه مورد مطالعه: شرکت‌های صنایع غذایی شهر مشهد»، دو فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، س ۷، ش ۲، ص ۲۱۳-۱۹۳.
- مشبکی، ا. و خلیلی شجاعی، و. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها»،
- جامعه‌شناسی کاربردی، س ۲۱، ش ۴۰(ع)، ص ۳۷-۵۶.
- Becker, A. K. (2006) "The Impact of Percieved Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior". *Journal of Business Research*. 59(1):46- 53.
- Bolino, M. C. Turnley, W. H. & Niehoff, B. P. (2004) "The Other Side of the Story: Reexamining Prevailing Assumptions about Organizational Citizenship Behavior". *Human Resource Management Review*, 14(2):229-246.
- Boyd, Eric D. Robert, E. Spekman, John W. Kamauff and Patricia Werhane. (2007) "Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains: A Procedural Justice Perspective", *Long Range Planning*, 40(3): 341-356.
- Carroll, A. (1999) "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct". *Academy of Management Review*, 4:268-296.
- Christina, V. Scambler, S. and Bond, J. (2009) *The Social World of Older People*, Mc Grew Hill.
- Coupland, C. (2006) "Corporate Social and Environmental Responsibility in Web-Based Reports: Currency in the Banking Sector?", *Critical Perspectives on Accounting*, 17:865-881.
- Cruz, J. M. (2007) "Dynamics of Supply Chain Networks with Corporate Social Responsibility Through Integrated Environmental Decision-Making", *European Journal of Operational Research*. 184(3):1005-1031.
- Cushman, J. W. (1992) "The Organizational Dynamics of Teacher Workplace Commitment: A Study of Urban Elementary and Middle Schools". *Educational Administration Quarterly*, 28(1): 5-42.
- Drucker, P. (1984) "The New Meaning of Corporate Social Responsibility". *California Management Review*, 26(2):53-63.
- Fafaliou, I. Lekakou, M. and Theotokas, I. (2005) "Is the European Shipping Industry Aware of Corporate Social Responsibility?", *The Case of the Greek-Owned Short Sea Shipping Companies, Marine Policy*, 30(4):412-419.
- Falck, O. and Stephan H. (2007) "Corporate Social Responsibility: Doing well by Doing Good", *Business Horizons*, 50:247-254.
- Ford, M. E. (1985) "Social Cognition and Social Competence in Adolescence". *Developmental Psychology*. 18:323-340.

- Schuyt, T. Smit, J. Bekkers, B. (2000) "Constructing a Philanthropy-scale: Social Responsibility and Philanthropy", Vrije Universities, Department of Philanthropy, Faculty of Social Sciences, Amsterdam, the Netherlands.
- Shamir, R. (2004) "Between Self- Regulation and the Alien Tort Claims Act: on The Contested Concept of Corporate Social Responsibility". *Law and Society Review*. 38(4): 629-635.
- Tsai, K. & Wang, J. (2004) "The R & D Performance in Taiwan's Electronic Industry". *R & D Management*, 34(2):179 – 189.
- Wentzel, K. R. (1991) "Social Competence at School: Relationn between Social Responsibility and Academic Achievement". *Reviewed Educational Research*. 61:1-24.
- Zeghal, D. & Ahmed, S. A. (1990) "Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media used by Canadian Firms". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 3:245-260.
- Francisco J. G. Rodr, G. and Yaiza del M. A. C. (2007) "Relation between Social-Environmental Responsibility and Performance in Hotel Firms", *Hospitality Management*, 26(4):824-839.
- Frankental, P. (2001) "Corporate Social Responsibility -a PR Invention?". *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1):18-23.
- Kraft, L. K. Singhapakdi, A. Scott, J. V. and Comar, C. R. (1994) "The Perceived Importance of Ethics and Social Responsibility on Organizational Effectiveness: A Survey of Marketers", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(1):49-56.
- Lantos, G. P. (2001) "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility". *Journal of Consumer Marketing*, 18(2):595-630.
- McAuley, J. D. (1966) "Social Responsibility: A Modern Need of the Social Studies". *Journal of Education*. 43(4):223-227.
- McWilliams, A. Siegal, D.(2001). "Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective", *The Academy of Management Review*, Vol. 26, No. 1, pp. 117–127.
- Memery, J. Megicks, P. and Williams, J. (2005) "Ethical and Social Responsibility Issues in Grocery Shopping: a Preliminary Typology", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(4):399-412.
- Lowhorn, G. L. (2009) *The effect of supportive organizational leadership, organizational socialization, and satisfaction with supervision on turnover as mediated by organizational commitment and job satisfaction in faculty*. (Order No. 3377768, Regent University).
- Oppewal, H. Alexander, A. & Sullivan, P. (2006) "Consumer Perceptions of Corporate Social Responsibility in Town Shipping Centers and Their Influence on Shopping Evaluations". *Journal of Retailing and Consumer Services*. 13(4):261- 274.
- Pitts, R. (2010) *Organizational Socialization of pgysicians into a large medical group parctice*, Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, Walden University.
- Randolph, S. W. (2008) "The Role of Altruistic Behavior, Empathetic and social Responsibility Motivation in Blood Donation Behavior". *Transfusion*, 48:43-54.
- Saiful, J. (2006) "Defining Corporate Social Responsibility". *Journal of Public Affairs*, 6: 176-184.