

بررسی میزان رضایتمندی مردم شهر ماهشهر از عملکرد شرکت پتروشیمی فجر در حوزه مسئولیت اجتماعی

بهنام صیفوری^۱

تورج فتاحی^۲

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت ها، جبران خسارت های ناشی از فعالیت ها و آسیب های شرکت به جامعه است. هر ساله شرکت های پتروشیمی مستقر در منطقه ویژه از جمله شرکت پتروشیمی فجر مبالغ زیادی را با عنوان مسئولیت اجتماعی هزینه می کنند، از آنجاییکه ذینفعان اصلی در این مقوله، ساکنان منطقه محل فعالیت شرکتها می باشند، لذا این تحقیق در نظر دارد رضایتمندی مردم ساکن شهر ماهشهر از شرکت پتروشیمی فجر را در حوزه مسئولیت اجتماعی مورد سنجش قرار دهد.

در این تحقیق به منظور سنجش میزان رضایتمندی مردم ماهشهر از یک مدل معتبر جهانی با عنوان مقیاس کیفیت خدمات (سروکوال) استفاده شده است و برای تطبیق این مدل با تحقیق مورد نظر، تغییراتی در آن ایجاد شده است. مدل این تحقیق، چهار بعد اجتماعی و درمانی، آموزشی و عمرانی، زیست محیطی و تفریحی ورزشی را بر اساس مدل تجزیه و تحلیل شکاف از دیدگاه ساکنان شهر ماهشهر مورد بررسی قرار داده است.

این تحقیق از نوع توصیفی و از نظر روش گردآوری اطلاعات از شاخه پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق ساکنان شهر ماهشهر و ابزار گرد آوری اطلاعات پرسشنامه بوده است که پس از روایی و پایایی سنجی در میان اعضای نمونه تقسیم و پس از گردآوری اطلاعات، با استفاده از نرم افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته های این تحقیق نشان می دهد که میان انتظارات مردم و عملکرد شرکت فجر در هر چهار بعد شکاف وجود دارد. بیشترین میزان شکاف در بعد اجتماعی و درمانی و کمترین آن در بعد ورزشی تفریحی است.

seifoori.b@fairco.com

^۱ کارشناس مهندسی شیمی، رییس روابط عمومی شرکت پتروشیمی فجر

tourajfattahi49@gmail.com

^۲ کارشناسی ارشد جامعه شناسی ، مدیر موسسه پژوهش و پیمایش ایرانیان

وازگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، شرکت پتروشیمی فجر، شهر ماهشهر، سروکوال

مقدمه و طرح مسئله:

متفکران رشته مدیریت از دهه ۱۹۵۰، توجه خود را بیشتر به مسئولیت های اجتماعی^۳ سازمانها معطوف کرده اند. تمام سازمان هایی که فقط سود و زیان خود را وزن می کردند، تحت فشار مردم و سازمان های مشابه، دید خود را اندکی به فراتر از منافع صرف سازمان انداختند. دیگر به وضوح مشخص است که اعمال سازمان ها بر محیط بیرونی تأثیر بسزایی خواهد داشت و نمی توان سود و زیان ناشی از سازمان ها بر جامعه را نادیده گرفت. لذا جهت مسئولیت اجتماعی به سمتی است که فواید اجتماع در آن امتداد است.

لذا تلاش بر این بوده است که سود و زیان سازمان ها به گونه ای باشد که بر مردم هزینه اضافی متحمل نشوند. منظور از مسئولیت اجتماعی این است که سازمان ها تأثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند و لذا چگونگی فعالیت های آنها باید به گونه ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد، و در صورت رسیدن زیان، سازمان های مربوط ملزم به جبران آن باشند.

به عبارت دیگر، سازمان ها نباید خود را مستقل از محیط بیرونی خود و به اصطلاح " تافته جدا بافته" بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل یعنی محیط بیرونی و اجتماع بدانند و باید اهداف و فعالیت های آنها در راستای آرمان های اجتماعی و رفاه و آسایش جامعه باشد. (مشبکی ۱۳۸۹)

هدف از مسئولیت اجتماعی شرکت دستیابی به توسعه اقتصادی پایدار از طریق بهبود کیفیت زندگی کارکنان شرکت، خانواده های آنها و کل جامعه است یکی از دلایل تمرکز بر مسئولیت اجتماعی شرکت، پیامدهای تجاری آن برای شرکت ها است که باید با سطوحی از مسئولیت پذیری مطابقت داشته باشد، چرا که تجارت نقش مهمی در مکانی که مردم زندگی می کنند، آبی که می نوشند، هوایی که تنفس می کنند و به طور کلی کیفیت زندگی شان دارد. با توجه به اهمیت موضوع، ضرورت دارد شرکت ها دارای استراتژی مناسب در باب مسئولیت اجتماعی باشند و یک نقشه راه برای پیشروی در زمینه های مسئولیت اجتماعی تدوین نمایند، استراتژی مسئولیت اجتماعی، محدوده و جهت حرکت شرکت را در دراز مدت در زمینه مسئولیت اجتماعی مشخص می کند تا شرکت بتواند با استفاده بهینه از منابع خود و با در نظر گرفتن اولویت ها، پاسخگوی انتظارات ذی نفعان خود باشد.

^۳Corporate social responsibility

اهمیت و ضرورت

سازمانها، نهادهایی هستند که فلسفه وجودی آن ها نیاز جامعه و عامه مردم می باشد. همان طور که مردم برای رفع نیازهایشان به سازمان نیاز دارند، سازمانها نیز برای حفظ، بقا و ادامه فعالیت شان به جامعه و مردم نیازمندند. در واقع سازمانها جزئی از جامعه می باشند که از آن تأثیر پذیرفته و بر آن تأثیر می گذارند و میتوان گفت هر تصمیم سازمان علاوه بر تأثیر آن بر بخش های مربوطه موجب تأثیرات مستقیم یا غیرمستقیم در تمامی بخشهای جامعه می شود. بنابراین سازمانها باید اهداف خود را به گونه ای شکل دهند که نتایج آن تأثیرات مضرى برای جامعه دربر نداشته باشد و همه افراد جامعه از اثرات مثبت آن، منتفع شوند (امامی، ۱۳۸۵: ۲).

توجه به مسئولیت اجتماعی سازمان ها یکی از ضرورت های جدی هر سازمان برای ماندگاری در جامعه است. به مصداق " اگر امروز اجتماع را نبینیم، فردا نیز در اجتماع دیده نخواهیم شد"، مسئولیت پذیری شرکت ها و احساس تعهد نسبت به جامعه پیرامون شان از اهمیتی حیاتی برای فعالیت های آتی شرکت ها برخوردار است. در این میان سنجش میزان رضایت افراد جامعه از فعالیت های شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی از اهمیتی بسزا برخوردار است زیرا کمبود اطلاع افراد جامعه از میزان و گستره فعالیت های اجتماعی شرکت، منجر به کسستگی شرکت از جامعه و محیط کار خود شده و بر تصویر شرکت در افکار عمومی تأثیر منفی خواهد داشت.

از آنجایی که شرکت پتروشیمی فجر سالانه مبالغ قابل توجهی را در زمینه مسئولیت اجتماعی هزینه می کند، انتظار دارد که این گونه هزینه ها باعث تغییرات مثبت در عرصه اجتماعی شهر ماهشهر را فراهم آورد. از طرفی این هزینه ها، در زمینه های گوناگون صورت می گیرد و میزان رضایتمندی مردم از خدمات ارائه شده نیز برای مدیریت شرکت مشخص نیست. بنابراین پژوهش حاضر می تواند میزان رضایت آحاد جامعه مورد مطالعه از فعالیت های شرکت فجر در حوزه مسئولیت اجتماعی را مشخص کرده و اولویت های شهروندان را در آن زمینه ها مشخص نماید. خروجی این پژوهش می تواند، هزینه کرد های شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی را در زمینه های موثری که بیشترین میزان رضایتمندی را در شهروندان ایجاد کند هدایت کرده و با هدایت نمود منابع مالی، در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول اکثریت جامعه، بکوشد. این پژوهش می تواند با گزینش فعالیت های مسئولیت اجتماعی اولویت دار شرکتی، که بیشترین ارزش افزوده را برای شرکت به همراه آورد، شکاف میان فعالیت های انجام شده در شرکت و تصویر بیرونی شرکت را پر نماید.

چارچوب نظری

مفهوم مسئولیت اجتماعی

یکی از مشکلات اساسی علوم اجتماعی این است که دانشمندان این علم درباره پدیده های اجتماعی، تعریف واحدی ارائه نمی دهند. این امر از یک طرف ناشی از پیچیدگی عنصر مورد مطالعه آنها بوده و از طرف دیگر، ناشی از برداشت های متفاوتی است که دانشمندان از یک پدیده اجتماعی دارند.

مسئولیت اجتماعی قبل از هر چیز، چارچوب حاکمیت اخلاقی را مطرح می کند که بر اساس آن، سازمان ها به فعالیت هایی اقدام می کنند که شرایط جامعه را بهتر کرده و از انجام فعالیت هایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می شود، پرهیز می کنند. مسئولیت اجتماعی به رفتارها و تصمیمات مبتنی بر ارزش های پذیرفته شده اجتماعی مربوط می شود. سازمان ها باید با اختصاص منابع مالی در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول اکثریت جامعه بکوشند. همچنین مسئولیت اجتماعی ممکن است به چگونگی عمل سازمان در امور گوناگون همانند آلودگی محیط زیست، تبعیض، فقر، بیکاری، تورم و نظایر این موارد مربوط شود. بارنی و گریفین، مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می کنند: مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد (بزرگی، ۱۳۸۳:۶)

اولین اشاره به مسئولیت اجتماعی شرکتها را می توان به اندرو کارنگی (1889) نسبت داد که "بشارت ثروت" نامیده می شد و در آن نویسنده اصول خیریه و همکاری را توضیح داده بود. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت در طول دهه 1960 به دلیل نیاز سازمانها به پاسخگویی به تغییرهای محیط اجتماعی، توسعه یافت در این دهه جنبشهای آگاهی بخش اجتماعی، انتظارات مردم از سازمانها را بالا برده و آنها را به این نتیجه رساند که سازمانها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی مثل فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت عمومی و بهبود وضعیت تحصیلات استفاده کنند. مردم بر این باور بودند که چون شرکتها و مؤسسات با استفاده از منابع کشور به سود دست می یابند، به کشور بدهکار و مدیون هستند و بایستی برای بهبود اوضاع اجتماعی تلاش کنند از این تغییر به عنوان تغییر میثاق بین سازمان و جامعه یاد می شود و منعکس کننده تغییر انتظاراتها در ارتباط با عملکرد اجتماعی سازمان می باشد (رحمان سرشت، ۱۳۸۸).

مسئولیت اجتماعی سازمانی

مسئولیت اجتماعی وظیفه ای است به عهده مؤسسات خصوصی وظایفی چون آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، انجام ندادن کارهای غیراخلاقی و مطلع کردن مصرف کننده از کیفیت محصولات و مشارکت مثبت در زندگی افراد (الوانی، و همکاران 324 : 1377). مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمانها بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کنند انجام دهد، و همچنین سازمانها مسئولند که از آلوده کردن محیط، اعمال تبعیض در امور استخدامی، بی توجهی به تامین نیازها کارکنان خود تولید کردن محصولات زیان آور که به سلامت جامعه لطمه می زند بپرهیزند، و باید با اختصاص منابع مالی در بهبود رفاه اجتماعی که مورد قبول اکثریت جامعه باشد بکوشند، هدف از مسئولیت اجتماعی این است که چون سازمانها تاثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند باید به طوری عمل کنند که در اثر آن به جامعه زیانی نرسد (همان).

مسئولیت اجتماعی شرکت ها، به ارائه روش هایی می پردازد که سازمان ها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می کنند و پاسخگوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی و اخلاقی اجتماعی آنان هستند. سازمان ها مسئولیت های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهام داران، مشتریان، دولت، تأمین کنندگان و تمامی ذی نفعان خود برعهده دارند. بدون شک، چنانچه افراد، گروه ها، سازمان ها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران های مختلف مسئول دانسته و هریک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران های فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسته می شود و جامعه ای سالم و آرام به وجود خواهد آمد. به عبارت دیگر، سازمان به هر نحوی که عمل کند، عملکردش بر روی جامعه تأثیر می گذارد. بنابراین، سازمان ها باید به کارهایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش های آن باشد. سازمان هایی که نتوانند خود را با این مهم تطبیق دهند، در عرصه عمل موفق نخواهند بود. به تعبیر بهتر، سازمان ها برای آنکه بتوانند جایگاه خود را در جامعه حفظ نموده یا بهبود بخشند، به نحوی که باعث ادامه بقای آنها و موفقیت شان در کار شود، لازم است برای مسئولیت اجتماعی، اهمیت ویژه ای قائل شوند.

بر اساس مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی، از آن جایی که سازمان ها نیز مانند اشخاص حقیقی عضوی از اجتماع به شمار می روند 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. (Aluchna, 2010: 612) همچنین، سازمان ها می بایست به منظور نیل به پاسخ گویی اجتماعی در مقابل ذینفعان و سایر افراد جامعه، به دغدغه های جامعه در خصوص محیط زیست، امور اجتماعی و بشردوستانه اهمیت داده و بسته به فرهنگ سازمانی خاص خود، به تدوین سیاست های سازمانی مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی مبادرت می نمایند.

(Übüs & Alas, 2009: 92)

چون سازمان ها و شرکت ها تأثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند، بنابراین فعالیت آنها باید به گونه ای باشد که اثرات مثبت حاصل از آن را به حداکثر برسانند و اثرات منفی را به حداقل کاهش دهند و به عنوان تأثیرگذارترین عضو جامعه، نگران نیازها و خواسته های درازمدت جامعه باشند و در جهت رفع معضلات آنها بکوشند. بدین ترتیب، مسئولیت اجتماعی تدابیر و رفتارهای تجاری در حوزه های کارگری، مصرف کننده ها، حمایت های زیست محیطی، حقوق بشر، ضوابط رفتاری اخلاقی و اطاعت پذیری، فعالیت های اجتماعی و خیرخواهی شرکتی را شامل می شود. در واقع، توسعه و اجرای تدابیر و استراتژی های این حوزه ها، ابعاد کلیدی مسئولیت اجتماعی شرکت را تشکیل می دهد. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها، این اجزاء را به هم وصل می کند و فعالیت ها را حول یک چارچوب خاص که حمایت کننده تجارت و تقویت کننده گفتگو با ذی نفعان اصلی می باشد، سازمان می دهد. (امیدوار، 1384: 108).

اهداف:

هدف کلی: بررسی میزان رضایتمندی مردم شهر ماهشهر از عملکرد شرکت پتروشیمی فجر در حوزه مسئولیت اجتماعی

اهداف جزئی:

- بررسی میزان رضایت مردم ماهشهر از عملکرد شرکت فجر در بعد اجتماعی و درمانی.
- بررسی میزان رضایت مردم ماهشهر از عملکرد شرکت فجر در بعد زیست محیطی.
- بررسی میزان رضایت مردم ماهشهر از عملکرد شرکت فجر در بعد عمرانی و آموزشی.
- بررسی میزان رضایت مردم ماهشهر از عملکرد شرکت فجر در بعد ورزشی و تفریحی.

مروری بر پیشینه :

- امیدوار (1384) ، به بررسی سیاستگذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران پرداخته است . نتایج تحقیق نشان می دهد که در این زمینه، نمی توان متکی به یک نوع سیاستگذاری بود، بلکه باید مجموعه ای از سیاست های تشویقی، تنبیهی، توانمندسازی، نظارتی، متقاعدسازی و انگیزشی را بکار گرفت . او برای مدیران 101 شرکت برتر کشور پرسشنامه ارسال کرد که 37 مورد برگشت شد . پاسخ ها نشان داد که 75 % از مدیران پاسخ دهنده با تدوین قوانین و مقررات در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت موافقند، 92 % نقش حکومت و سیاست های حکومتی در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت را بسیار مهم ارزیابی می کنند و 56 % مهمترین نهاد در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت را حکومت میدانند.

وی در سال 1385 ، در مقاله ای نظری با عنوان " تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت ها"، به تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت از دیدگاه صاحب نظران مختلف پرداخت . همچنین، مفهوم شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها را در مقاله جداگانه ای مورد بحث قرار داد . به عقیده او ایران در اجرای کامل مسئولیت اجتماعی شرکتی مدرن، سال ها عقب است؛ به علاوه در کنار شکل سنتی مسئولیت اجتماعی شرکت، مانند ایجاد صندوق های خیریه برای مستمندان یا ساخت مدرسه و مسجد، اجرا ی مسئولیت اجتماعی شرکت به شیوه مدرن نیز ضروری است.

بصیری (1386) ، تاثیر سودآوری را، بر اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی از دیدگاه کارکنان و مشتریان شرکت فولاد مبارکه بررسی کرد . نتایج نشان داد که هم از دیدگاه کارکنان و هم از دیدگاه مشتریان شرکت، سودآوری در اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت موثر است و در عین حال مشخص شد که بین نظرات مدیران و سایر کارکنان تفاوت معنی داری وجود ندارد.

- دوارته و همکاران (۲۰۱۰) به توضیح معنی مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداختند و درک این مفهوم را توسعه دادند. نتایج تحقیق آنها نشان داد سه دیدگاه مختلف در خصوص شرکتهایی که از لحاظ اجتماعی مسئول هستند وجود دارد. بعضی افراد شرکت هایی را از لحاظ اجتماعی مسئول قلمداد می -کنند که رفتارهای اخلاقی را در سرلوحه فعالیتهای خود قرار میدهند. بعضی دیگر، سازمانهایی را که نقش فعالی در مشارکت در فعالیتهای مربوط به محیط زیست داشتند، از لحاظ اجتماعی مسئول قلمداد میکردند و در نهایت گروه آخر شرکت هایی را از نظر اجتماعی مسئول می شمردند که فعالیت های منابع انسانی آنها نشانگر احترام و توجه به شرایط کارکنان و خانواده آنان بود.

- اسمیرنوف (۲۰۱۲) به بررسی نگرشهای افراد در خصوص CSR در قزاقستان پرداخت و مزایایی را که ممکن است CSR برای شرکتهای و ذینفعان آنها به همراه داشته باشد، برشمرد. نتایج تحقیقات وی نشان داد که دوستدار محیط زیست بودن و مسئولیت پذیری قانونی در قزاقستان بسیار مهم هستند. ضمن این که نگرشها در خصوص مسئولیت پذیری اقتصادی بیشتر به سن و تجربه کاری بستگی دارد. استفاده از هرم CSR کارول نشان داد که ترتیب این سلسله مراتب در قزاقستان به این ترتیب است: قانونی، اخلاقی، اقتصادی و بشردوستانه .

- وانگ و دوو (۲۰۱۲) چگونگی CSR را در چین مورد بررسی قرار دادند. آنها به CSR به عنوان یک انگیزه درونی برای رفتار اجتماعی شرکت نگاه کردند. از یک سو، نگرش مدیران چینی را به مبحث CSR مورد بررسی قرار دادند و از سوی دیگر، تفاوت میان ادراک و شناخت مدیران شرکتهای مختلف چینی از موضوع CSR را تحلیل کردند. نتایج تحقیق نشان داد که شناخت مدیران چینی از CSR با چهار عنصری که توسط کارول ارائه شده است، در ارتباط است.

روش پژوهش:

روش تحقیق در پژوهش حاضر «پیمایشی» است و ابزارهای گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه‌ی سرو کوال تغییر یافته بوده است.

جامعه آماری این پژوهش، کلیه ساکنین شهر ماهشهر می باشد که جمعیت آن بر اساس سرشماری سال ۱۳۷۵ تعداد ۱۹۷۴۶۶ نفر بوده اند و مطابق سرشماری سال ۱۳۸۵ به ۲۲۱۰۸۹ نفر افزایش پیدا کرده است. از آنجاییکه امسال (۱۳۹۴) سرشماری رسمی برای تعیین جمعیت دقیق شهر ماهشهر صورت نگرفته است، بنابراین با محاسبه نرخ رشد، (۱/۱۳)، جمعیتی تقریبی شهر ماهشهر ۲۴۴۶۱۷ نفر بر آورد شده است.

اعتبار ابزار گردآوری اطلاعات از طریق «اعتبار صوری»^۴ صورت پذیرفته است، بدین صورت که پرسشنامه های مذکور در بین اساتید و محققان این حوزه توزیع شد و نتایج آن در پرسشنامه اعمال شد، همچنین برای پایایی ابزار گردآوری، از آلفای کرونباخ استفاده شد، در تحقیق حاضر پس از انجام آزمون مقدماتی به تعداد ۴۰ نفر، میزان آلفای کرونباخ هر کدام از متغیرهای تحقیق به صورت زیر به دست آمد

⁴ Face validity

ضرایب پایایی پرسشنامه

| ضرایب پایایی | | شاخص آماری |
|--------------|---------------|-------------------------|
| توصیف | آلفای کرونباخ | |
| ۰/۶۵ | ۰/۷۳ | پرسشنامه میزان انتظارات |
| ۰/۷۷ | ۰/۹۳ | پرسشنامه میزان عملکرد |

در این تحقیق در انتخاب جمعیت نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی مطابق استفاده شده است و حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۴۱۰ نفر تعیین شده است.

یافته های پژوهش:

یافته های توصیفی:

جدول ۴-۱: توزیع فراوانی و درصد جنسیت شهروندان

| جنسیت | فراوانی مطلق | درصد فراوانی | درصد فراوانی نسبی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------|--------------|--------------|-------------------|--------------------|
| زن | ۲۲۴ | ۵۶/۲ | ۵۶/۲ | ۵۶/۲ |
| مرد | ۱۷۸ | ۴۳/۸ | ۴۳/۸ | ۱۰۰ |
| جمع کل | ۴۰۶ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

همان طوری که در جدول ۴-۱ ملاحظه می شود، جنسیت زن بیشترین فراوانی (۲۲۴ نفر) حدود ۵۶/۲ درصد، جنسیت مرد کمترین فراوانی (۱۷۸ نفر) حدود ۴۳/۸ درصد نمونه را به خود اختصاص داده است.

جدول ۴-۲: توزیع فراوانی و درصد سن شهروندان

| سن | فراوانی مطلق | درصد فراوانی | درصد فراوانی نسبی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------|--------------|--------------|-------------------|--------------------|
| زیر ۳۰ سال | ۱۴۰ | ۳۴/۵ | ۳۴/۵ | ۳۴/۵ |
| ۳۰-۴۰ | ۱۲۸ | ۳۱/۵ | ۳۱/۵ | ۶۶ |
| ۴۰-۵۰ | ۹۰ | ۲۲/۲ | ۲۲/۲ | ۸۸/۲ |
| بالتر از ۵۰ | ۴۸ | ۱۱/۸ | ۱۱/۸ | ۱۰۰ |

| | | | |
|--------|-----|-----|-----|
| جمع کل | ۴۰۶ | ۱۰۰ | ۱۰۰ |
|--------|-----|-----|-----|

همان طوری که در جدول ۲-۴ ملاحظه می شود، سن زیر ۳۰ سال بیشترین فراوانی (۱۴۰ نفر) حدود ۳۴/۵ درصد، سن بالاتر از ۵۰ سال کمترین فراوانی (۴۸ نفر) حدود ۱۱/۸ درصد نمونه را به خود اختصاص داده است.

جدول ۳-۴: توزیع فراوانی و درصد تحصیلات شهروندان

| تحصیلات | فراوانی مطلق | درصد فراوانی | درصد فراوانی نسبی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|--------------|--------------|-------------------|--------------------|
| زیر دیپلم | ۸۸ | ۲۱/۷ | ۲۱/۷ | ۲۱/۷ |
| دیپلم و فوق دیپلم | ۱۷۰ | ۴۱/۹ | ۴۱/۹ | ۶۳/۵ |
| لیسانس | ۱۰۸ | ۲۶/۶ | ۲۶/۶ | ۹۰/۱ |
| بالاتر از لیسانس | ۴۰ | ۹/۹ | ۹/۹ | ۱۰۰ |
| جمع کل | ۴۰۶ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

همان طوری که در جدول ۳-۴ ملاحظه می شود، تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم بیشترین فراوانی (۱۷۰ نفر) حدود ۴۱/۹ درصد، تحصیلات بالاتر از لیسانس کمترین فراوانی (۴۰ نفر) حدود ۹/۹ درصد نمونه را به خود اختصاص داده است.

یافته های مربوط به سؤالات پژوهش :

یافته های استنباطی مربوط به فرضیه های این پژوهش شامل آزمون همبستگی پیرسون و آزمون فریدمن می باشد که برای کلیه متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش در جداول زیر با سطح خطای ۰/۰۵ ارائه شده است.

سؤال اول پژوهش :

آیا بین انتظارات شهروندان ماهشهر از شرکت پتروشیمی فجر در خصوص بعد اجتماعی و درمانی و عملکرد شرکت در همین زمینه هماهنگی وجود دارد؟

جدول ۴-۴: بررسی میزان شکاف نمره ی انتظارات از شرکت با

عملکرد شرکت در خصوص بعد اجتماعی و درمانی

| متغیر | ضریب همبستگی | سطح معناداری | میانگین انتظارات از شرکت | میانگین عملکرد شرکت | اختلاف عملکرد از انتظار |
|-------|--------------|--------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|
|-------|--------------|--------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|

| | | | | | |
|----------------------|-------|------|-------|-------|--------|
| بعد اجتماعی و درمانی | -۰/۱۹ | ۰/۰۰ | ۵۰/۷۴ | ۲۳/۵۰ | -۲۴/۲۷ |
|----------------------|-------|------|-------|-------|--------|

همانطور که در جدول ۴-۴ مشاهده می شود، مقدار آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.19$) بین نمره‌ی میزان انتظارات از شرکت در خصوص بعد اجتماعی و درمانی با میزان عملکرد شرکت پتروشیمی فجر از دیدگاه شهروندان ماهشهری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار می باشد. ولی چون این مقدار منفی است نشان می دهد که عملکرد شرکت با انتظارات شهروندان کاملا هماهنگ نیست و در مواردی فاصله هایی مشاهده می شود. همچنین میانگین انتظارات ۵۰/۷۴ می باشد که با نمره ی عملکرد شرکت (۲۳/۵۰) فاصله ی چشمگیر دارد (میزان تفاوت ۲۴/۲۷-). این امر به روشنی نشان می دهد که فعالیت های شرکت پتروشیمی فجر در بعد اجتماعی و درمانی برای شهروندان ماهشهری راضی کننده نبوده است.

سؤال دوم پژوهش :

آیا بین انتظارات شهروندان ماهشهر از شرکت پتروشیمی فجر در خصوص بعد زیست محیطی و عملکرد شرکت در همین زمینه هماهنگی وجود دارد؟

جدول ۴-۵: بررسی میزان شکاف نمره ی انتظارات از شرکت با

عملکرد شرکت در خصوص بعد زیست محیطی

| متغیر | ضریب همبستگی | سطح معناداری | میانگین انتظارات از شرکت | میانگین عملکرد شرکت | اختلاف عملکرد از انتظار |
|----------------|--------------|--------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|
| بعد زیست محیطی | -۰/۱۸ | ۰/۰۰ | ۳۲/۵۸ | ۱۵/۳۱ | -۱۷/۲۷ |

همانطور که در جدول ۴-۵ مشاهده می شود، مقدار آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.18$) بین نمره‌ی میزان انتظارات از شرکت در خصوص بعد زیست محیطی با میزان عملکرد شرکت پتروشیمی فجر از دیدگاه شهروندان ماهشهری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار می باشد. ولی چون این مقدار منفی است نشان می دهد که عملکرد شرکت در این زمینه با انتظارات شهروندان کاملا هماهنگ نیست و در مواردی فاصله هایی مشاهده می شود. همچنین میانگین انتظارات ۳۲/۵۸ می باشد که با نمره ی عملکرد شرکت (۱۵/۳۱) فاصله ی چشمگیر دارد (میزان تفاوت ۱۷/۲۷-). این امر به روشنی نشان می دهد که فعالیت های شرکت پتروشیمی فجر در بعد زیست محیطی برای شهروندان ماهشهری راضی کننده نبوده است.

سؤال سوم پژوهش :

آیا بین انتظارات شهروندان ماهشهر از شرکت پتروشیمی فجر در خصوص بعد آموزشی و عمرانی و عملکرد شرکت در همین زمینه هماهنگی وجود دارد؟

جدول ۴-۶: بررسی میزان شکاف نمره ی انتظارات از شرکت با

عملکرد شرکت در خصوص بعد آموزشی و عمرانی

| متغیر | ضریب همبستگی | سطح معناداری | میانگین انتظارات از شرکت | میانگین عملکرد شرکت | اختلاف عملکرد از انتظار |
|---------------------|--------------|--------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|
| بعد آموزشی و عمرانی | -۰/۴۴ | ۰/۰۰ | ۴۲/۰۵ | ۲۳/۳۶ | -۱۸/۶۹ |

همانطور که در جدول ۴-۶ مشاهده می شود، مقدار آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.44$) بین نمره ی میزان انتظارات از شرکت در خصوص بعد آموزشی و عمرانی با میزان عملکرد شرکت پتروشیمی فجر از دیدگاه شهروندان ماهشهری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار می باشد. ولی چون این مقدار منفی است نشان می دهد که عملکرد شرکت در این زمینه با انتظارات شهروندان کاملا هماهنگ نیست و در مواردی فاصله هایی مشاهده می شود. همچنین میانگین انتظارات ۲۳/۳۶ می باشد که با نمره ی عملکرد شرکت (۲۳/۳۶) فاصله ی چشمگیر دارد (میزان تفاوت ۱۸/۶۹-). این امر به روشنی نشان می دهد که فعالیت های شرکت پتروشیمی فجر در بعد آموزشی و عمرانی برای شهروندان ماهشهری راضی کننده نبوده است.

سؤال چهارم پژوهش : آیا بین انتظارات شهروندان ماهشهر از شرکت پتروشیمی فجر در خصوص بعد ورزشی و تفریحی و عملکرد شرکت در همین زمینه هماهنگی وجود دارد؟

جدول ۴-۷: بررسی میزان شکاف نمره ی انتظارات از شرکت با

عملکرد شرکت در خصوص بعد ورزشی و تفریحی

| متغیر | ضریب همبستگی | سطح معناداری | میانگین انتظارات از شرکت | میانگین عملکرد شرکت | اختلاف عملکرد از انتظار |
|--------------------|--------------|--------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|
| بعد ورزشی و تفریحی | -۰/۱۸ | ۰/۰۰ | ۲۶/۳۴ | ۱۰/۵۵ | -۱۵/۷۹ |

همانطور که در جدول ۴-۷ مشاهده می شود، مقدار آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.18$) بین نمره‌ی میزان انتظارات از شرکت در بعد ورزشی و تفریحی با میزان عملکرد شرکت پتروشیمی فجر از دیدگاه شهروندان ماهشهری در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. ولی چون این مقدار منفی است نشان می‌دهد که عملکرد شرکت در این زمینه با انتظارات شهروندان کاملاً هماهنگ نیست و در مواردی فاصله‌هایی مشاهده می‌شود. همچنین میانگین انتظارات ۲۶/۳۴ می‌باشد که با نمره‌ی عملکرد شرکت (۱۰/۵۵) فاصله‌ی چشمگیر دارد (میزان تفاوت ۱۵/۷۹-). این امر به روشنی نشان می‌دهد که فعالیت‌های شرکت پتروشیمی فجر در بعد تفریحی و آموزشی برای شهروندان ماهشهری راضی‌کننده نبوده است.

- سایر یافته‌ها:

کدام یک از انتظارات شهروندان در خصوص ابعاد چهارگانه از اهمیت بالاتری برای شهروندان ماهشهری برخوردار است؟

جدول ۴-۸: بررسی رتبه بندی انتظارات شهروندان ماهشهری از شرکت پتروشیمی فجر

| متغیر | میانگین رتبه | مقدار کای اسکور | سطح معناداری | درجه آزادی | تعداد |
|----------------------|--------------|-----------------|--------------|------------|-------|
| بعد اجتماعی و درمانی | ۳/۹۴ | ۱۱۳۷/۸۶ | ۰/۰۵ | ۳ | ۴۰۶ |
| بعد آموزشی و عمرانی | ۳ | | | | |
| بعد زیست محیطی | ۲ | | | | |
| بعد تفریحی و ورزشی | ۱/۰۶ | | | | |

همانطور که در جدول ۴-۸ مشاهده می‌شود؛ بالاترین اولویت شهروندان بعد اجتماعی و درمانی و پس از آن به ترتیب بعد آموزشی و عمرانی، بعد زیست محیطی و بعد تفریحی و ورزشی می‌باشد.

عملکرد شرکت پتروشیمی فجر در خصوص کدامیک از ابعاد چهارگانه قوی‌تر است؟

جدول ۴-۹: بررسی رتبه بندی عملکرد شرکت پتروشیمی فجر از دیدگاه شهروندان ماهشهری

| متغیر | میانگین رتبه | مقدار کای اسکور | سطح معناداری | درجه آزادی | تعداد |
|----------------------|--------------|-----------------|--------------|------------|-------|
| بعد آموزشی و عمرانی | ۳/۳۸ | ۸۱۳/۶۵ | ۰/۰۵ | ۳ | ۴۰۶ |
| بعد اجتماعی و درمانی | ۳/۳۵ | | | | |
| بعد زیست محیطی | ۲/۰۳ | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|--|--|------|--------------------|
| ۴۰۶ | ۳ | | | ۱/۲۴ | بعد تفریحی و ورزشی |
|-----|---|--|--|------|--------------------|

همانطور که در جدول ۴-۹ مشاهده می شود؛ عملکرد شرکت در بعد آموزشی و عمرانی بیشترین رضایت را به دنبال داشته و پس از آن به ترتیب ابعاد اجتماعی و درمانی، زیست محیطی و بعد تفریحی و ورزشی قرار دارند.

جمع بندی و نتیجه گیری

در این تحقیق به ارزیابی انتظارات و عملکرد شرکت پتروشیمی فجر از دیدگاه مردم شهر ماهشهر در باره مسئولیت اجتماعی شرکت پرداخته شده است. برای این کار، چهار بعد شامل: ابعاد اجتماعی و درمانی، زیست محیطی، آموزشی و عمرانی و ورزشی و تفریحی مورد سنجش و بررسی قرار گرفت با توجه ابعاد چهار گانه، نتایج به دست آمده در تحقیق بیانگر این است که بین خدمات در کلیه ابعاد چهار گانه مورد انتظار مردم ماهشهر و عملکرد ارائه شده از سوی شرکت پتروشیمی فجر شکاف وجود دارد. همانطور که در جداول نشان داده شده است میزان این شکاف در موضوعات اجتماعی و درمانی از بقیه ابعاد بیشتر است (24/۲۷-) و پس از آن موضوعات آموزشی (18/۶۹-) موضوعات زیست محیطی (۲۷-)/17) و موضوعات ورزشی و تفریحی (15/۷۹-) پس از آن قرار دارند.

این پژوهش نشان می دهد که مطابق جدول ۴-۸ بیشترین انتظارات شهروندان ماهشهری از شرکت فجر به ترتیب؛ بعد اجتماعی درمانی با ۳/۹۴ درصد، اولویت اول انتظارات مردم از شرکت فجر می باشد. پس از آن بعد آموزشی و عمرانی با میانگین ۳ درصد، زیست محیطی با ۲ درصد و نهایتاً بعد ورزشی تفریحی با میانگین ۱/۰۶ پایین ترین بعد اولویت دار مردم ماهشهر هستند. این یافته بدان معناست که مردم شهر ماهشهر انتظار دارند که شرکت فجر بیشترین فعالیت خود را مصروف بهبود وضعیت بهداشت، درمان و فقر زدایی از مردم شهر نماید. نکته جالب توجه اینکه با وجود اینکه رتبه عملکرد شرکت در حوزه بهداشت و بهبود معیشت مردم با ۳/۳۵ در ردیف دوم قرار دارد ولی میزان شکاف در این موضوع با ۲۴/۲۷ درصد بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است. مفهوم این یافته آنست که علی رغم تلاش نسبتاً زیاد شرکت در حوزه درمان، بهداشت و تلاش برای فقر زدایی از چهره شهر، فاصله عملکرد شرکت و انتظارات مردم بسیار زیاد است و شرکت باید سرمایه گذاری و تلاش بیشتری در این زمینه را مصروف دارد.

چنانچه در جدول ۴-۹ مشاهده می شود بهترین عملکرد شرکت از نظر شهروندان ماهشهری در بعد آموزش و عمران بامیانگین ۳/۳۸ بوده است و پس از آن بعد اجتماعی با میانگین ۳/۳۵ و بعد زیست محیطی با ۲/۰۳ و در آخر بعد تفریحی و ورزشی با ۱/۲۴ ضعیف ترین عملکرد شرکت را تشکیل می دهد.

از نکات جالب توجه در این یافته ها، کمترین شکاف بین انتظارات و عملکرد شرکت در موضوع ورزش و تفریحات است به طوری که در رتبه بندی انتظارات، موضوع ورزش و تفریحات با (۱/۰۶) دارای کمترین رتبه در اولویت انتظارات مردم است و عملکرد آن نیز در رتبه آخر قرار دارد. مفهوم این یافته آنست که در سبد نیازمندی ها و خواسته های مردم، ورزش و

تفریحات در رتبه آخر قرار دارد و انتظار مردم از شرکت آنست که بیش از آنکه تمرکز خود را در مقوله ورزش قرار دهد، به موضوعات با اولویت بالاتری نظیر درمان، بهبود معیشت، کاهش فقر، آموزش و بهبود محیط زیست بپردازد.

از دیگر یافته‌های این پژوهش، بعد آموزشی و عمرانی است که در رتبه بندی انتظارات مردم ماهشهر (جدول ۴-۸) با میانگین ۳ درصد در ردیف دوم قرار دارد و همین بعد در بررسی رتبه عملکرد شرکت، در رتبه اول قرار دارد. این یافته نشان می‌دهد که بعد آموزش علی‌رغم اینکه در اولویت اول مردم نیست (در اولویت دوم است) ولی بیشترین میزان توجه را از طرف شرکت دریافت کرده ولی در عین حال دومین بعدی است که بیشترین شکاف را به خود اختصاص داده است. مفهوم این یافته آنست که شرکت فجر با وجود تلاش و هزینه زیاد برای بهبود آموزش، نیازمند تلاش بیشتری است تا شکاف بین انتظارات و عملکرد خود در این زمینه را کاهش دهد.

این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که به ترتیب ابعاد تفریحات و زیست محیطی به ترتیب دارای کمترین رتبه انتظار و کمترین میزان عملکرد را دارا می‌باشند، این بدین معنی است که علی‌رغم عملکرد ضعیف شرکت در این ابعاد، کمتر مورد اعتراض هستند.

چنانچه از یافته‌های پژوهش بر می‌آید، اولویت‌های مورد انتظار مردم ماهشهر به ترتیب ۱- بهبود وضعیت بهداشت و درمان ۲- تلاش بیشتر برای بهبود معیشت مردم شهر و نیز کمک به اقشار محروم ۳- بهبود آموزش در سطوح آموزش و پرورش، فنی و حرفه‌ای و آموزش عالی و نیز افزایش سطح آگاهی‌های عمومی مردم با استفاده از برگزاری کلاس‌ها و همایش‌ها در موضوعات متنوع و مورد نیاز مردم نظیر آموزش خانواده، پیشگیری از مواد مخدر و ... ۴- بهبود وضعیت زیست محیطی از طریق کنترل و کاهش آلاینده‌ها ۵- توسعه اماکن ورزشی برای عموم مردم و نیز ایجاد فضای مناسب برای گذران اوقات فراغت می‌باشد.

همچنین بهترین عملکرد شرکت پتروشیمی فجر به ترتیب در ابعاد ۱- آموزشی و عمرانی ۲- اجتماعی و درمانی ۳- زیست محیطی ۴- ورزش و تفریحات می‌باشد.

پیشنهادات:

انجام دادن کار خیریه لزوماً انجام مسئولیت اجتماعی نیست، ممکن است یک سازمان مبلغ مشخصی را برای یک کار خیریه اهدا کند ولی اسم این کار را مسئولیت اجتماعی نیست، مسئولیت اجتماعی به معنای این است که یک سازمان با استفاده از نیروی مالی و اجرایی خود، با پشتکار در ارتباط با یکی از مشکلات جامعه تحقیق کرده و با استفاده از نیروی خلاق خود سعی در طراحی راهکاری برای بهبود آن وضعیت ایجاد کند. در نتیجه هزینه کردن مقدار مشخصی پول اگرچه کار خیری است، ولی به معنای انجام مسئولیت اجتماعی نیست. نکته بسیار مهم دیگری مطرح است و باید توجه کرد این است در کشور ما خیرین معمولاً به طور سنتی بعضاً اقداماتی مانند تامین غذای مدارس یا مراکز بهزیستی و ... انجام میدهند، و این نکته را در نظر نمی‌گیرند که میتوان به جای خرید یک گوسفند برای تامین غذای یک مدرسه می

توان یک پروژکتور یا دستگاه MP3 Player برای مدرسه یا مرکز نابینایان تهیه کرد. در واقع تفاوت بین خیریه و مسئولیت اجتماعی در اینجا مشخص می شود، یک سازمان می تواند با تحقیقات علمی برای شناسایی و رفع مشکلات جامعه گام بردارد. در واقع مسئولیت اجتماعی در مورد ارائه راهکارهایی برای مشکلات اجتماعی است اما کار خیر فقط هدای پول و... است (امیدوار، ۱۳۸۹).

سالانه مبالغ قابل توجهی از شرکت پتروشیمی فجر در قالب مسئولیت های اجتماعی هزینه می شود اما چنانچه نتایج نظر سنجی انجام گرفته، نشان می دهد آثار قابل توجهی در سطح جامعه ندارد و این امر موجبات نارضایتی مردم از فقدان مسئولیت پذیری شرکت پتروشیمی فجر در حوزه اجتماعی شده است. یافته های میدانی نشان می دهد که این نارضایتی تنها محدود به شرکت پتروشیمی فجر نمی شود بلکه شهروندان ماهشهری از عملکرد ضعیف اغلب شرکتهای پتروشیمی موجود در منطقه، ناراضی هستند.

نگاهی به فاصله هزینه کرد های شرکتهای و نارضایتی عمومی نشان می دهد که این مبالغ که در قالب مسئولیت اجتماعی خرج می شود، از مدیریت کافی برخوردار نیستند به عبارت دیگر، بودجه های اختصاصی برای مسئولیت اجتماعی متناسب با نیاز ها و خواسته ای شهروندان هزینه نمی شود و یا اگر بخشی از این هزینه کرد ها با خواسته ها و نیاز های واقعی شهروندان مطابق داشته باشد، اطلاع رسانی و تبلیغات کافی در این ارتباط صورت نمی گیرد.

به نظر می رسد برای رفع این مشکل نیازمند برنامه ریزی در سه حوزه وجود دارد: ۱- برنامه ریزی کلان و تعیین چشم انداز شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی در پنج سال آینده، به این معنا که شرکت پتروشیمی فجر قصد دارد در چشم انداز پنج ساله در حوزه مسئولیت اجتماعی در چه نقطه ای قرار گرفته باشد ۲- برنامه ریزی های میان مدت و کوتاه مدت که بتواند شرکت فجر را به اهداف چشم انداز برساند ۳- ابزار و روشهایی که بتوان اهداف میان مدت و کوتاه مدت را اجرایی تا به تحقق هدف چشم انداز بیانجامد.

چشم انداز:

چشم انداز، یک آینده واقع گرایانه، معتبر و جذاب برای سازمان است. " چشم انداز نمادی جذاب از تمامی مسائلی است که برای سازمان امکان پذیر هستند - سرنوشتی درخشان، و راه مشخصی است که هیچ سازمان دیگری، حتی سازمانی که دقیقاً در همان کار فعالیت دارد، نمی تواند دارای همان چشم انداز باشد. مفهوم در نظر گرفته شده برای چشم انداز سازمانی عبارت از تصویری مطلوب و قابل دستیابی از آرمانها و نیازهای سازمان در آینده است. (McLean, 2006)

بنظر می رسد که چشم انداز شرکت پتروشیمی فجر در حوزه مسولیت اجتماعی میتواند " معرفی شرکت به عنوان شرکت پیشرو در مسئولیت اجتماعی در میان شرکتهای پتروشیمی منطقه ویژه" باشد. البته این امر با برنامه ریزی های میان مدت و کوتاه و نیز با استفاده از ابزار مناسب، امکان پذیر است.

برنامه های کوتاه مدت و میان مدت:

شرکت برای رسیدن به اهداف چشم انداز، نیازمند برنامه ها و طرح هایی است که بوسیله آنها، به فعالیت هایی در عرصه مسئولیت اجتماعی شرکتی بپردازد. معمولا فعالیت شرکت ها در حوزه مسئولیت اجتماعی محدود به پرداخت های مشخصی نظیر کمک به موسسات حمایتی مانند بهزیستی و کمیته امداد و یا نهاد های دیگری نظیر شهرداری، می شود یا مواردی نظیر کمک به ساخت مدرسه، حمایت مالی از یک همایش یا چاپ کتاب، کمک به ساخت جاده، لوله کشی آب و... است. یعنی تقریبا همه برنامه ها شبیه هم هستند و در هیچ کدام خلاقیتی دیده نمی شود. شاید علت عمده تکراری بودن این فعالیت ها به فقدان شناخت شرکتها از جامعه محل فعالیت و نیز نیاز ها و محرومیت های آن بر میگردد و مدیران شرکتها معمولا نسبت به چالش های اجتماعی واقعی مناطق محل فعالیت خود، آگاهی کافی ندارند، شاید یکی از دلایل آن کم کاری دستگاه های سیاست گذار باشد که شرایط چنین مطالعاتی را برای مدیران تصمیم گیرنده شرکتها فراهم نکرده اند. در اینحال بعضی از مدیران، گونه ای از فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکتی را دنبال می کنند که می توان آنها را "پروژه های بی اهمیت" (pet projects) نامید، که عمدتا علائق فردی یک مدیر ارشد را بازتاب می کند. در حالیکه ممکن است چنین پروژه ای با قیل و قال و هزینه فراوان آغاز شوند، ولی حداقل منفعت را هم برای شرکت و هم برای جامعه به دنبال دارد.

شرکت های گوناگون از نظر جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی در مناطق مختلفی استقرار یافته و فعالیت می کنند لذا طبیعی است که نیازمندی ها و ضروریات هر منطقه با مناطق دیگر متفاوت باشد و به همین دلیل در سیاست گذاری های مربوط به مسئولیت های اجتماعی نیازمند تصمیمات و اولویت بندی های متفاوت هستند. به عنوان مثال ممکن در منطقه و یا شهری بدلیل شرایط خاص آنجا، تعداد افراد معلول، نسبت قابل توجهی از جامعه را به خود اختصاص داده باشد و به عنوان یک مسئله اجتماعی شناخته شود، بنابراین فعالیت های شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی می بایستی جهت کاستن از این مشکل متمرکز شود و یا در منطقه ای دیگر بدلیل دارا بودن حجم زیاد جمعیت حاشیه نشین، حل مشکلات آنها در اولویت اول آن منطقه قرار گیرد.

چنانچه اشاره تشخیص اولویت ها و نیازمندی های هر منطقه، نیازمند مطالعه و دقت کافی جهت شناسایی آنهاست، به میزانی که در شناخت اولویت ها دقت و مطالعه بیشتری صورت گیرد، میزان اثر بخشی فعالیت های اجتماعی نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

ابزار و روش ها:

پیاده سازی برنامه های طراحی شده، نیازمند ابزار و روش هایی است که به بهترین شیوه آن برنامه ها را به مرحله اجراء گذارند، چنانچه ابزار مناسب در اختیار نباشد، حتی برنامه های باارزش و بودجه های هنگفت نیز به نتیجه دلخواه نخواهد انجامید.

مسئولیت اجتماعی فقط صدور چک نیست و با صدور چک به پایان نمی رسد بلکه ارائه برنامه و نیز ابزار مشخص و کارآمد برای اجرای برنامه، عنصری اساسی در تحقق اهداف شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی است.

چنانچه اشاره شد، در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تشخیص و اولویت بندی نیازمندی های هر شهر یا منطقه ای از شروط اصلی موفقیت شرکت در آن حوزه است. یکی از روش های علمی آگاهی از اولویت های جامعه، استفاده از ابزار نظر سنجی به منظور کشف انتظارات و خواسته های جامعه است. این ابزار اگر مطابق با مبانی علمی و روش های دقیق آماری انجام گیرد، حتی می تواند زوایای پنهان نیاز ها و خواسته های جامعه را نشان دهد و راه حل های مبتکرانه ای را برای حل بحران های جامعه پیدا کند.

یکی دیگر از ابزار های مهم اجرای طرح ها، جلب مشارکت علمی و تخصصی اشخاص حقیقی و حقوقی است، این افراد، موسسات و یا نهاد ها بدلیل قرار گرفتن در بطن جامعه، مشکلات و نیازمندی های منطقه محل سکونت خود را بخوبی می شناسند و "مسئله اجتماعی" را از موضوعات دیگر تفکیک می کنند و اولویت ها را با دقت زیادی تعیین می کنند. بعضی از مدیران از چالشهای اجتماعی مناطق خود آگاه نیستند و به همین دلیل روی چند حوزه تمرکز می کنند؛ از جمله ساخت بیمارستان، مدرسه، سرپرستی بچه های بی سرپرست و کمک به خیریه های مختلف. ولی چالشهای اجتماعی جامعه هدف برای مدیران و صاحبان کسب و کار ناشناخته است و واقعا نمی دانند چقدر مناطق محل فعالیت شان درگیر موضوعی مثل اعتیاد یا عدم توان مندی زنان و هست. یکی دیگر از مراکز مهم تعیین اولویت های جامعه، سازمان های مردم نهاد (NGO) ها هستند؛ سازمان های مردم نهاد در حوزه های مختلفی فعالیت دارند که مهمترین آنها شامل: بهداشت و سلامت، مبارزه با اعتیاد و مصرف مواد مخدر، تنظیم خانواده و کنترل جمعیت، حوزه های فرهنگی، فعالیت های هنری، فعالیت های ورزشی، علم و فن آوری، آموزش، اطلاع رسانی و ارتباطات، مذهب، فقر زدایی، حفاظت محیط زیست، توسعه پایدار، جوانان، کودکان، زنان، سالمندان و یا موضوعات تخصصی و علمی می باشد. نگاهی به گستره فعالیت های این سازمان ها نشان می دهد که طیف وسیعی از مشکلات جامعه توسط این سازمان ها رصد می شود و اطلاعات کافی در مورد میزان هر کدام از معضلات اجتماعی از طریق آنها قابل پیگیری است، بنابراین این گونه سازمان ها، در ایده پردازی و تعیین اولویت های اجرایی در حوزه مسئولیت اجتماعی می توانند موثر باشند.

منابع:

- امیدوار، علیرضا، سیاست گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، رشته سیاست گذاری .عمومی، دانشگاه تهران، ۱۳.
- الوانی، مهدی و قاسمی، احمدرضا (۱۳۷۷). مدیریت و مسئولیت اجتماعی سازمان؛ مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- الوانی، سید مهدی؛ قاسمی، احمدرضا. (۱۳۷۷). مدیریت و مسئولیت های اجتماعی چاپ اول. تهران: مرکز آموزش سازمان مدیریت دولتی.
- امامی، محمدحسن. (۱۳۸۵). مسئولیت اجتماعی سازمان، الزامی برای پایداری Iranqms.com
- بصیری، فاطمه " . (۱۳۸۶). " تاثیر سودآوری در تامین مسئولیت اجتماعی سازمان : بررسی دیدگاه کارکنان و مشتریان شرکت فولاد مبارکه. "
- بزرگی، فرزاد، اهداف فردی سازمانی و اجتماعی، تدبیر .شماره ۱۴۴، اردیبهشت ۱۳۸۳.
- تقی زاده هوشنگ و غلامرضا سلطانی فسقندیس .تاثیر اخلاق کسبوکار بر مسئولیت اجتماعی: بنگاه، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره های ۳ و ۴ ، صص. ۱۰۳-۱۳۸۹.
- رحمان سرشت، حسین، محمود رفیعی و مرتضی کوشا .مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فرا - ۲۶. ۱۳۸۸ سازمانی، ماهنامه تدبیر، سال بیستم، شماره ۲۰۴ . صص

- Aluchna M. (2010). Corporate social responsibility of the top ten: examples taken from the Warsaw Stock
- Business Horizons, July- August, 1991
- Carroll, Archie B., The Pyramid of Corporate social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders,
- Carrol ,A.B(1999). CSR: Evolution of a definitional construct .Business & society ,vol .3 , No . 3 , p.95.
- Mc Namara, carter, (1999), «Complete Guide To Ethics Management», <http://www.management>
- Fleming, M, (2002), What is Safety Culture? Rail way safety ever green House, Available at: www.google.com/rwfl.

- Übius Ü, Alas R, (2009). Ruth Alas Organizational Culture Types as Predictors of Corporate Social - Responsibility. *Engineering Economics*; (61): 90-99
- Exchange. *Social responsibility journal*; 6 (4): 611-626.

Abstract

A survey on satisfaction of Mahshahr people with the performance of Fajr Petrochemical Co. in the field of social responsibility

Behnam Seifoori | Touraj fattahi

The purpose of corporate social responsibility (CSR), means compensation for damage caused by the activity and participating in society.

Each year, Fajr Petrochemical Company and other companies located in the zone, spend large sums as social responsibility.

Since the main beneficiaries in this category, are the residents of the area, this study intends to measure the satisfaction of the people living in the city of Mahshahr in the field of social responsibility.

In this study, in order to measure public satisfaction Mahshahr a valid model worldwide as a measure of service quality (SERVQUAL) is used, to adjust the model to study, the changes have been created.

In this study, four trait including: social and health, education and development, environmental and recreational sports based gap analysis model is examined from the perspective of residents of the city of Mahshahr.

This study is descriptive and data collection is based on survey .

The statistical population of the research are Mahshahr city residents and data gathering tool was a questionnaire.

After testing the validity and reliability of questionnaire, they were distributed among the members of the sample size then data were analyzed by using SPSS statistical software .

The findings suggest that there are gaps between people's expectations and the Fajr company's performance in the four dimensions.

Most of the gaps are in the dimension of social and health and the lowest in the recreational sports.

Key words: social responsibility, Fajr Petrochemical Company, Mahshahr, Servqual