

A Study of Social Responsibilities in the Mining and Industrial Company of Gol Gohar

ARTICLE INFO

Article Type

Research Article

Authors

Majid Masoudi¹

Malikeh Beheshtifar^{2*}

Hossein Kazemi³

How to cite this article

Majid Masoudi, Malikeh Beheshtifar, Hossein Kazemi, A Study of Social Responsibilities in the Mining and Industrial Company of Gol Gohar, *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2022:5(4): 859-881.

1. PhD student, Department of Management, Rafsanjan Branch, Islamic Azad University, Rafsanjan, Iran.

2. Associate Professor, Department of Management, Rafsanjan Branch, Islamic Azad University, Rafsanjan, Iran (Corresponding Author).

3. Assistant Professor, Department of Management, Vali Asr University, Rafsanjan, Rafsanjan, Iran.

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: m.beheshtifar@yahoo.com

Article History

Received: 2021/09/01

Accepted: 2021/12/18

ABSTRACT

Organizations with a social position have responsibility and respond to society's demands according to ethical values in the form of management and strategic planning. The aim of the current research is to study social responsibilities in Gol Gohar Mining and Industrial Company based on the foundational data theory approach. Semi-structured in-depth interviews were used to collect information and data analysis was done by coding method. Sampling was done theoretically and purposefully, so that while conducting open interviews with 8 experts, a set of primary themes was collected during the recoding process and categories were extracted from them. In the central coding stage, the link of these categories was determined under the headings of causal conditions, central phenomenon, strategies, contextual conditions, intervening conditions and consequences. By analyzing the interviews in the first stage, 321 primary codes were obtained and 24 central codes were extracted in selective coding. According to the findings of the research, helping fast-yielding companies, specialized training courses, expanding public relations, and building cultural centers have the highest frequency. The value of the coefficient determining the central code of responsibility towards people is higher than other central codes, and the significance of the regression weights indicates the convergent validity of the model at the confidence level of 99%.

Keywords: Social Responsibilities, Gol Gohar Mining and Industrial Company

مطالعه مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت معدنی و

صنعتی گل‌گهر

مجید مسعودی^۱

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

ملیکه بهشتی‌فر^{۲*}

دانشیار، گروه مدیریت، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران (نویسنده مسئول).

حسین کاظمی^۳

استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان، رفسنجان، ایران.

چکیده

سازمان‌ها با جایگاه اجتماعی، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به خواسته‌های جامعه را با توجه به ارزش‌های اخلاقی در قالب مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی دارند. هدف پژوهش حاضر مطالعه مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر براساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختار یافته استفاده شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش کدگذاری صورت گرفت. نمونه‌گیری به روش نظری و به صورت هدفمند انجام شد بطوریکه ضمن انجام مصاحبه باز با ۸ نفر از خبرگان، مجموعه‌ای از مضامین اولیه طی فرایند کدگذاری باز گردآوری و از آنها مقوله‌هایی استخراج شد. در مرحله کدگذاری محوری، پیوند این مقوله‌ها زیر عنوان شرایط علی؛ پدیده محوری، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها تعیین شد. با تحلیل مصاحبه‌ها در مرحله اول، ۳۲۱ کد اولیه بدست آمد و در کدگذاری انتخابی ۲۴ کد محوری استخراج شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، کمک به نگاه‌های زودبازده، دوره‌های آموزشی تخصصی، گسترش روابط عمومی، ساخت مراکز فرهنگی دارای بیشترین میزان فراوانی می‌باشند. مقدار ضریب تعیین کد محوری مسئولیت در قبال افراد از سایر کدهای محوری بیشتر بوده و معناداری وزن‌های رگرسیونی نشانگر روایی همگرایی مدل در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۷

* نویسنده مسئول: m.beheshtifar@yahoo.com

مقدمه

صنعتی شدن با رویکرد تکنوکراتیک در مناطق انرژی موجب توسعه‌ی یک جانبه‌ی می‌گردد که اگرچه در ابتدا هیجان‌انگیز و جذاب می‌نمایند. اما به مرور زمان آسیب‌های ناشی از نظر نادیده گرفتن ابعاد مختلف توسعه و توسعه‌ی پایدار هویدا می‌شود (۱). جوامع محلی و محیط زیست دو گروهی هستند که بیشترین آسیب را از توسعه نامتوازن متحمل شده و اهمال‌کاری‌های زیستشان را در معرض خطر قرار داده است. ناپایداری‌های زیستی و اجتماعی از پیامدهای مهم توسعه‌ی صنعتی ناقص است (۲). توسعه‌ی اقتصادی، موتور توسعه محسوب می‌شود و می‌تواند رسیدن به سایر جنبه‌های توسعه و توسعه پایدار را تسهیل کند. اما این در صورتی امکان‌پذیر است که برنامه‌های توسعه‌ای این امر مهم را در نظر بگیرند که سایر جنبه‌های توسعه نیز به اندازه توسعه‌ی اقتصادی حائز اهمیت است. یکی از مهمترین مناطق در حال توسعه در ایران، شرکت‌های معدنی گل‌گهر واقع در شهرستان سیرجان استان کرمان است (۳). بر اساس تحقیقات پیمایشی که در صنعت صورت گرفته است، مسئولیت اجتماعی اثر مثبتی بر تجارت و فعالیت سازمان‌ها داشته است؛ به طوری که موجب تنظیم مقررات چارچوب کاری، اثربخشی سیستم‌های قضاوتی، اثربخشی اصول حسابداری و استانداردهای گزارش‌دهی، حسابرسی و کاهش فساد تجاری و کاری خواهد شد (۴). از سوی دیگر، تعیین کنندگان استراتژی مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها، مصرف‌کنندگان، سرمایه‌گذاران، تامین‌کنندگان، کارمندان، ارتباطات سازمانی و اجتماعات محلی و جهانی، دولت و سازمان‌های غیردولتی و غیرانتفاعی هستند که سهم آنها به ترتیب در عملکرد سازمان ۷۵ درصد، کارمندان، ۶۶ درصد مصرف‌کنندگان و ۵۹ درصد اجتماعات محلی می‌باشد (۵). در واقع در طول سال‌های اخیر، اهمیت بحث مسئولیت اجتماعی شرکت به مرور افزایش یافته است به طوری که امروزه از آن به عنوان یک اولویت اصلی برای شرکت‌ها یاد می‌کنند. برداشت‌های مثبت مصرف‌کننده از فعالیت‌های شرکت در زمینه مسئولیت اجتماعی، منجر به ارزیابی مطلوب و نگرش مطلوب نسبت به شرکت می‌گردد (۶). و از آنجا که سازمان‌ها براساس نیازهای اجتماعی ایجاد و به عنوان پدیده‌های قدرتمند تأثیرات مثبت و منفی زیادی بر جامعه و نهادها، فعالیت‌ها و فرایندهای آن گذاشته و می‌گذارند، ضروری است که نسبت به این تصمیمات و اقدامات اثرگذار خود بر جامعه مسئولیت‌پذیر بوده و ملاحظات اخلاقی را رعایت کنند (۷). سازمان‌ها به عنوان حلقه‌های واسط بین فرد و جامعه، از اجزای مهم و بنیادین پیکره اجتماعی بشر امروزی به شمار می‌آیند که به منظور بقا و ادامه فعالیت خود به جامعه و مردم آن نیازمندند، در همین راستا سازمان‌های پیشرو توجه به تولید محصولات و ارائه خدمات نوین اجتماعی را در رأس فعالیت‌های مربوط به تحقیق و توسعه خود قرار داده‌اند. (۸). زمانی تصور بر این بود که مؤسسات صرفاً در برابر سهامداران و کارکنان مسئول‌اند؛ اما با افزایش جمعیت، محدودیت منابع و اهمیت یافتن رقابت‌های بین‌المللی، رویکردهای جدیدی در زمینه مدیریت شکل گرفت که مسئولیت‌پذیری اجتماعی را می‌توان جزو نتایج این تحولات برشمرد (۹). صنایع آهن و فولاد ایران قصد بهبود

به منزله پژوهش مستقلی در گل گهر سیرجان مورد بررسی قرار نگرفته است. بنابراین هدف آرمانی این پژوهش تسهیل و تسریع در فرایند رسیدن به چشم انداز سیاست های کلی مسئولیت اجتماعی است و بر همین اساس در نظر دارد الگویی از مسئولیت های اجتماعی برای اجرای بهتر و موثرتر مسئولیت های اجتماعی در شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر واقع در شهرستان سیرجان تحقیقی را انجام دهد که دارای معادن بسیاری است و بسیاری از تولیدات کشور از قبیل فولاد، زغال سنگ و... را شامل می شود و این معادن جزو معادن مهم در ایران می باشد و با توجه به اهمیتی که در سطح ملی، اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و... دارند، ایجاب می کند و در این تحقیق سعی شده تا به این موضوع پرداخته شود.

مبانی نظری

مسئولیت اجتماعی کارفرما مجموعه‌ای از فعالیت‌های مدیریت است که نسبت به حداکثر نمودن اثر مثبت عملیات شرکت بر جامعه اطمینان بخشی می‌کند؛ و یا عملیات به نحوی که قوانین، اخلاقیات، تجارت و انتظارات عمومی جامعه از کسب و کار، برآورده شود و یا به بیش از آن دست یافت (۲۰). به عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی کارفرما شکلی از مدیریت است که شامل روابط اخلاقی و برخورد شفاف و روشن شرکت با تمامی ذی‌نفعانش می‌باشد که با استقرار آن به عنوان جزئی از اهداف سازمان که توان سازگاری با توسعه پایدار جامعه به حفظ منابع زیست محیطی و فرهنگی را ایجاد می‌کند و با ایجاد تنوع و بهبود، می‌تواند منجر به کاهش مشکلات اجتماعی برای نسل‌های آینده شود (۲۱).

مطالعات مسئولیت اجتماعی کارفرما در حال رشد است و هرروزه ابعاد تازه‌ای از آن در علم مدیریت و رفتار سازمانی مورد کنکاش واقع می‌شود. محققین آکادمیک حوزه کسب و کار، افزایش علاقه مندی و توجه به مسئولیت اجتماعی کارفرما را در طول سال‌های اخیر نشان داده‌اند. مقوله مسئولیت اجتماعی و محیطی در برخی از مستندات سیاسی و قانونی هم به وجود آمده و اهمیت روزافزونی در سطح بین‌المللی یافته است. امروزه، مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها با وظیفه پویا و چالش برانگیز برای به کارگیری استانداردهای اخلاقی اجتماعی برای مسؤول بودن در قبال اعمال تجاری مواجه‌اند (۲۲). می‌توان ابعاد مسئولیت اجتماعی در سازمان را به صورت زیر تقسیم بندی نمود:

مسئولیت اقتصادی:

نخستین بعد مسئولیت کارفرما، بعد اقتصادی است که در آن فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی مدنظر قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است. و در این خصوص کسب سود، حفظ منافع سازمان و مالکان ارائه کالا و خدمات با کیفیت و قیمت های مناسب و ایجاد بازار کار برای نیروی انسانی جامعه مورد توجه می‌باشد (۲۳).

مسئولیت قانونی:

کیفیت و بهره‌وری و توجه به الزامات، حضور فعال و اثربخش در عرصه تجارت داخلی و جهانی جهت توسعه منافع ملی دارد (۱۰). در واقع صنایع برای رقابت پذیری و بقا نیاز به نوآوری دارند و با توجه به تلاطم‌های اساسی در بازار فولاد جهان و ظهور فناوری‌های جدید در عرصه صنایع مختلف، شناسایی روندهای تأثیرگذار و نوآوری‌هایی که سیستم‌های موجود کاری را برهم می‌زنند و فرآیندهای جدید ایجاد می‌کنند، ضروری است (۱۱). امروزه بسیاری از صاحب نظران معتقدند که به دلایلی همچون خصوصی سازی و انتقال قدرت اقتصادی از دولت‌ها به سازمان‌ها و در نتیجه، کوچک شدن دولت‌ها، برای حل مشکلات اجتماعی و زیست محیطی، دولت‌ها دارای منابع و قدرت لازم نیستند و سازمان‌ها باید دولت‌ها را در این زمینه یاری نمایند (۱۲). اگرچه در سال‌های اخیر، در سطح جهان، پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها صورت گرفته و مدیران و سازمان‌ها توجه زیادی به این مفهوم می‌کنند، اما مدیران و سازمان‌های ایرانی با این مفهوم تا حدودی بیگانه‌اند (۱۳). از طرف دیگر، اتخاذ اصول مسئولیت پذیری اجتماعی برای سازمان‌ها امری هزینه بر است. این هزینه‌ها ممکن است شامل موارد زیر باشد: خرید تجهیزات جدیدی که به محیط زیست آسیب کمتری می‌رساند؛ تغییر ساختار مدیریتی و یا ایجاد کنترل‌های کیفیت شدیدتر باشد (۱۴). منافع اتخاذ اصول مسئولیت پذیری اجتماعی برای سازمان‌ها عبارت است از: اعتلای برند و افزایش اعتبار؛ امکان جذب بیشتر منابع سرمایه‌ای به علت اعتبار تجاری بالا؛ کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ؛ بهبود شرایط محیط کار و در نتیجه، ارتقای بهره‌وری و افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان که منجر به کاهش جابجایی، غیبت و هزینه‌های آموزش آنان می‌شود (۱۵). بیشتر صاحب نظران معتقدند که هزینه‌های مسئولیت اجتماعی، کوتاه مدت و منافع آن اغلب از نوع بلندمدت است. مسئولیت اجتماعی در واقع نوعی سرمایه گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلندمدت است. مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه مدت هستند. هزینه‌های کوتاه مدت مسئولیت اجتماعی را بر نمی‌تابند (۱۶). ضرورت روز افزون مسئولیت‌های اجتماعی و توجه به این اصل می‌تواند بسیار کمک کننده باشد و ۱- اگر مسایل مربوط به مسئولیت اجتماعی حل نشوند و برای همگان به عنوان یک دغدغه مطرح نباشند، معلوم نیست در آینده چه اتفاق شومی در انتظار جامعه خواهد بود (۱۷). ۲- از طرفی دیگر معادن امروزه در توسعه و ضروریات جامعه نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند و پرداختن به آنها دارای اهمیت است. ۳- با توجه به تمام مزیت‌هایی که معادن در زمینه پیشرفت اجتماعی، اقتصادی در سطح ملی و حتی جهانی دارد (۱۸). ۴- باعث ایجاد آلودگی‌هایی از قبیل: آلودگی‌های صوتی، آب و هوایی؛ ایجاد و تولید زباله و پسماند و... که همه اینها باعث ایجاد خطراتی برای جامعه می‌شوند و توجه به مقوله مسئولیت اجتماعی معادن در حفاظت از جامعه و محیط زیست بسیار مهم و بااهمیت است (۱۹). و ضرورت تحقیق را نشان می‌دهد. تردیدی نیست که مسئولیت‌های اجتماعی از انواع بسیار مهم و بارز مسائل عمومی دولت‌ها هستند در حالی که مسئولیت‌های اجتماعی تاکنون

مسئولیت اجتماعی را پاسخگویی اجتماعی می‌گویند. مسئولیت اخلاقی مبهم‌ترین بعدی است که کارول مطرح کرده است (۲۵). این بُعد به عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر این که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آنها احترام بگذارد توصیف می‌شود و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب می‌باشد (۲۶). مسئولیت بشردوستانه:

مسئولیت پذیری به مثابه یک شهروند خوب، مشارکت داوطلبانه و بشردوستانه در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های عام المنفعه به منظور التیام گوشه‌ای از آلام جامعه و ایفای نقشی قوی و مؤثر در حل مشکلات و معضلات اجتماعی است (۲۷).

۳- پیشنهاد پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، در قالب جدول ۱، نشان داده شده است.

دومین بعد مسئولیت کارفرما، بعد قانونی (حقوقی) است و سازمان‌ها ملزم می‌شوند که در چارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کنند. جامعه این قوانین را تعیین می‌کند و کلیه شهروندان و سازمان‌ها، موظف هستند به این مقررات به عنوان یک ارزش اجتماعی احترام بگذارند. بعد قانونی مسئولیت اجتماعی التزام اجتماعی را نیز می‌گویند. مسئولیت قانونی در درجه کمتری از بعد قبلی قرار دارد نشان دهنده این اصل است که هر کسب و کار مستلزم پیروی از قوانین و مقررات تعیین شده برای صلاح همگان است (۲۴).

مسئولیت اخلاقی:

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

جدول (۱): خلاصه پژوهش‌های صورت گرفته شده در حوزه مسئولیت اجتماعی

عنوان تحقیق	نتایج کلیدی	منبع
طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی در صنعت برق	تاوقتی که کارکنان درگیر کارهای روزمره باشند و بخواهند به شکل روتین یک سری فعالیت‌های تکراری و روزمره را انجام دهند، نباید انتظار داشته باشیم که سازمان به سمت مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی پیش برود.	باقری نژاد، عبدالهی، حسن پور و جعفری نیا (۱۳۹۹)
بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی سازمان و وفاداری کارکنان: نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه اصفهان	رابطه بین مسئولیت اجتماعی و وفاداری کارکنان با توجه به تأثیر میانجی پنج بعد از رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه اصفهان مثبت و معنادار می‌باشد.	شاکری، بهانشی و بوستانی (۱۳۹۶)
تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی کارفرما بر تعهد سازمانی	ایجاد شبکه‌ها و مجاری ارتباطی و زمینه سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت پذیری کارکنان شود می‌تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع شود.	اردلان، قنبری، بهشتی راد و نویدی (۱۳۹۴)
روابط ساده و ترکیبی بین جامعه پذیری سازمانی و مسئولیت پذیری اجتماعی در مورد کارکنان دانشگاه ارومیه	مؤلفه های دریافت آموزش و تفاهم می‌توانند به طور مثبت و معنی دار ابعاد مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اجتماعی را پیش بینی کنند. در نتیجه می‌توان بیان کرد با توجه به جامعه پذیری کارکنان می‌توان شاهد بهبود و افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی آنان بود.	سلطان زاده و همکاران (۱۳۹۴)
تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی کارفرما و اعتماد مصرف کننده بر روی شهرت سازمان	آمده ابعاد مسئولیت اجتماعی با اعتماد مصرف کننده رابطه معناداری داشته و اعتماد مصرف کننده نیز با شهرت سازمان ارتباط معناداری دارد. همچنین تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر فرهنگ و مشروعیت سازمان به عنوان واسطه اثر بر شهرت سازمان مورد بررسی قرار گرفت.	راه چمنی (۱۳۹۴)
رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سنندج)	دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی رهبر می‌توانستند نقش معناداری در پیش‌بینی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان داشته باشند.	سیف پناهی، موسوی جد، زندی و راستاد (۱۳۹۴)

<p>فرید و همکاران (۲۰۱۹)</p>	<p>که هرچه کارکنان بیشتر به رفتارهای تعاونی و مشارکت در محل کار تشویق شوند، تأثیر مثبتی بر مسئولیت اجتماعی دارد. همچنین بین تعامل شغلی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد</p>	<p>درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی، مشارکت در کار و رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجیگری عدالت سازمانی</p>
<p>بارنا مارتینز و همکاران (۲۰۱۸)</p>	<p>دو محرک مهم اقدامات دارای مسئولیت اجتماعی کارفرما وجود دارد: دسترسی به یارانه‌های دولتی و بهبود محیط کار. همچنین موانع اصلی که توسط مدیران منابع انسانی برجسته شده‌اند، در تصمیم‌گیری با هیئت مدیره و یا مدیریت و فقدان پذیرش کارمندان، نقش دارند.</p>	<p>رانندگان و موانع در مسئولیت اجتماعی کارفرما</p>
<p>بارنا مارتینز و همکاران (۲۰۱۷)</p>	<p>اجماع نظر خبرگان اقدامات زیر را جزو اقدامات مسئولیت اجتماعی کارفرما ذکر کرده‌اند: جذب و حفظ کارمندان، آموزش و توسعه مداوم، مدیریت روابط شغلی، ارتباطات، شفافیت و گفتگوی اجتماعی، تنوع و فرصت‌های برابر، پاداش منصفانه و مزایای اجتماعی، پیش‌گیری، سلامت شغلی و ایمنی در کار و تعادل کار - خانواده.</p>	<p>سیاست‌ها و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی کارفرما: اعتبار علمی و حرفه‌ای</p>
<p>راسلی و دیگران (۲۰۱۶)</p>	<p>پروژه‌های توسعه در این شرکت‌ها به شش حوزه اصلی تقسیم می‌شود: برتری در آموزش، برنامه‌های مشارکت اجتماعی، کارآفرینی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، انجام کارهای داوطلبانه و حفاظت.</p>	<p>بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط تولیدکنندگان</p>

مواد و روش‌ها

در این پژوهش از روش تحقیق ترکیبی - اکتشافی استفاده شد؛ که در دو مرحله انجام می‌شود. مرحله اول به صورت کیفی و با روش تحلیل مضمون صورت گرفت. در مرحله دوم با استفاده از روش پیمایش تحلیلی صورت گرفت. با توجه به روش ترکیبی پژوهش فوق، شیوه گردآوری داده‌ها به‌منظور انجام پژوهش در دو بخش کیفی طراحی الگو و بخش کمی آزمون الگو، قابل بررسی است. در این پژوهش از روش تحقیق کیفی مانند تکنیک تحلیل مضمون کدگذاری و طبقه‌بندی در جهت مولفه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت معدنی و صنعتی گل و گهر و از روش کمی مانند مدل‌سازی معادلات ساختاری تفسیری استفاده شد؛ بنابراین، رویکرد این پژوهش ترکیبی از رویکردهای کیفی و کمی (آمیخته) است که در آن از مصاحبه جهت استخراج مولفه‌ها استفاده شد و از روش‌های کمی برای تأیید مدل‌های اندازه‌گیری و آزمون مدل مفهومی مورد استفاده گرفت. جامعه آماری در این تحقیق دو قسمت دارد؛ در قسمت کیفی جامعه آماری مدیران و کارشناسان مسئولیت اجتماعی شرکت معدنی و صنعتی گل گهر بودند. در بخش کیفی تعداد ۸ نفر از مدیران و متخصصان شرکت معدنی و صنعتی گل گهر به عنوان نمونه انتخاب شد. در بخش کیفی از شیوه گلوله برفی تعداد ۸ نفر

از مدیران و متخصصان شرکت های معدنی و صنعتی گل گهر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این تحقیق در قسمت کیفی مصاحبه‌هایی نیمه ساختاریافته با خبرگان استفاده شد. حین انجام مصاحبه، کلیه شرح نظرات مصاحبه شونده‌ها ضبط و نگهداری شده و نظرات آنان به همراه مشاهدات پژوهشگر و برداشت آن، به متن تبدیل شد. بعد از رسیدن به نقطه اشباع در نظرات ارائه شده توسط مصاحبه شونده‌ها، داده‌های اولیه به نرم افزار ماکس کیودا ورژن ۱۰ داده شده و با کمک این نرم افزار، کدهای اولیه ایجاد گردید و سپس براساس قاعده کدگذاری ثانویه اقدام گردید. بعد از تعیین مقوله‌ها، در مرحله بعد طبقات اصلی نظریه تعیین شدند. از آنجا که در طراحی مدل بایستی نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آنها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آنها تشریح شد، در گام دوم براساس داده‌های به دست آمده، مؤلفه‌های پیاده سازی سیستم مورد نظر ارائه شد. بعد از استخراج نتایج اقدام به ساخت و اعتباریابی مقیاسی برای اجرای رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری تفسیری گردید.

یافته‌ها

۱. Farid
۲. Barrena-Martínez
۳. Rosley

الگویابی معادلات ساختاری-تفسیری طراحی مدل بومی مسولیت های اجتماعی در شرکت معدنی و صنعتی گل گهر سیرجان به عنوان متغیرهای مورد استفاده در مدل ساختاری تفسیری، پس از غربالگری توسط خبرگان تعیین و معرفی شده‌اند. سپس با به دست آمدن ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها، ماتریس دستیابی و سازگاری شده آنها به وسیله ISM ارائه و بر پایه آنها سطوح و روابط مدل تعیین و در نهایت مدل نرم افزاری پس از انجام تحلیل میک مک (MICMAC) ترسیم شده است. پس از مطالعه پژوهش تعداد ۲۴ عامل الگویابی معادلات ساختاری-تفسیری برای طراحی مدل بومی مسولیت های اجتماعی در شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان شناسایی شدند و در اختیار خبرگان قرار گرفت که عبارتند از:	آگاه سازی عمومی پژوهش های علمی دوره های آموزشی تخصصی گسترش روابط عمومی اطلاع رسانی پیرامون فعالیت های سازنده مشتری مداری توجه به عموم جامعه مسئولیت پیرامون امور شهری گسترش و بهبود فضای شهری ساخت و تجهیز مراکز درمانی تامین مالی کارکنان کمک به اقشار کم درآمد اشتغال زایی ارائه تسهیلات به جوانان ساخت مراکز فرهنگی ایجاد مراکز تفریحی افزایش فضای سبز کاهش آلودگی های محیط زیست
کاهش تورم کمک به اقتصاد منطقه ایجاد کارگاه های تولیدی کمک به بنگاه های زود بازده بهره گیری از قابلیت های منطقه بهره گیری از نیروی بومی	کاهش تورم کمک به اقتصاد منطقه ایجاد کارگاه های تولیدی کمک به بنگاه های زود بازده بهره گیری از قابلیت های منطقه بهره گیری از نیروی بومی

جدول (۲): ماتریس تاثیرات مستقیم مولفه ها بر یکدیگر

مشتری : 12	اطلاع : 11	روابط : 10	آموزش : 9	پژوهش : 8	آگاه سازی : 7	نیروی بومی : 6	قابلیت : 5	بنگاه ها : 4	جاء کارگاه : 3	اقتصاد : 2	کاهش تورم : 1
5060	4394	4332	4014	3756	4012	4208	4735	4491	4044	4072	4235
5077	4454	4356	4038	3771	4029	4283	4753	4577	4034	4070	4237
4656	4106	3952	3703	3461	3592	3886	4314	4195	3696	3775	3814
4984	4368	4253	3985	3703	3975	4224	4748	4457	4021	4016	4222
5440	4792	4618	4345	4019	4273	4543	5076	4888	4400	4439	4539
5189	4617	4391	4135	3804	4109	4395	4882	4693	4172	4208	4319
4353	3850	3696	3485	3192	3449	3672	4074	3942	3505	3538	3628
4397	3886	3804	3492	3268	3510	3765	4108	3964	3467	3508	3628
3941	3473	3395	3124	2936	3132	3352	3743	3527	3132	3147	3306
5042	4513	4313	4065	3708	4019	4324	4751	4623	4060	4080	4220
4784	4209	4064	3767	3535	3815	4041	4477	4272	3821	3845	3981
4679	4114	3997	3718	3454	3701	3902	4381	4216	3718	3775	3914
4990	4381	4242	3948	3692	3919	4150	4600	4507	3964	4014	4107
4635	4057	3918	3675	3387	3715	3868	4321	4176	3722	3743	3905
5282	4678	4494	4228	3933	4133	4430	4992	4767	4234	4307	4407
5235	4658	4520	4190	3905	4118	4455	4963	4749	4174	4241	4367
4797	4221	4119	3809	3560	3768	4046	4500	4313	3801	3825	3990
5370	4742	4522	4271	3937	4207	4474	4975	4869	4290	4338	4456
4798	4228	4072	3797	3545	3741	3953	4443	4325	3831	3923	3966
5173	4572	4472	4154	3853	4107	4401	4834	4681	4145	4159	4305
4969	4396	4267	3986	3673	3962	4239	4688	4502	3996	4025	4179
4713	4143	4050	3744	3484	3704	3980	4342	4253	3716	3781	3863
4891	4280	4240	3914	3654	3871	4122	4639	4378	3900	3953	4117
4823	4249	4106	3768	3574	3782	4059	4495	4290	3797	3861	3938

جدول (۳): ماتریس تاثیرات مستقیم مولفه ها بر یکدیگر

۱۲ و ۱۰ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۶
۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۷
۱۱ و ۵ و ۴	۱۱ و ۷ و ۵ و ۴	۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۸
۱۲ و ۹ و ۴	۱۲ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۲ و ۹ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۹

عامل دوم (کمک به اقتصاد منطقه) در سطح سوم قرار دارد... بنابراین عامل دوم را در ماتریس فوق مجدد حذف می‌کنیم تا به سطح چهارم برسیم.

جدول (۷): سطح بندی عناصر ماتریس دسترسی و بدست آوردن سطح چهارم

عوامل	مجموعه خروجیها	مجموعه ورودیها	مشترکات	سطح
۳	۹ و ۳	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۹ و ۳	۳
۴	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۴
۵	۱۲ و ۹ و ۸ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۷ و ۵ و ۴	۴	۴
۷	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۷	۷	۷
۸	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۸ و ۷ و ۵ و ۴	۸ و ۵ و ۴	۸
۹	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۹
۱۰	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۰ و ۹ و ۵ و ۴	۱۰
۱۱	۱۲ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۱ و ۷ و ۵ و ۴	۱۱ و ۵ و ۴	۱۱
۱۲	۱۲ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۲ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۱۲ و ۹ و ۴	۱۲
۱۳	۱۲ و ۹ و ۸ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ و ۰	۷ و ۵ و ۴	۴	۱۳

۷	۷	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۱۴
۸ و ۵ و ۴	۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۱۵
۴ و ۵ و ۸ و ۱۰ و ۱۲	۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۱۶
۴ و ۵ و ۹ و ۱۰	۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۱۷
۴ و ۵ و ۱۱	۴ و ۵ و ۷ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۱۸
۴ و ۹ و ۱۲	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۱۹
۴ و ۵ و ۸	۴ و ۵ و ۷ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۲۰
۴ و ۵ و ۸ و ۱۰ و ۱۲	۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۲۱
۴ و ۵ و ۹ و ۱۰	۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۲۲
۴ و ۵ و ۱۱	۴ و ۵ و ۷ و ۱۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۲۳
۴ و ۹ و ۱۲	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۲۴

عامل چهارم (کمک به بنگاه های زود بازده) در سطح چهارم قرار دارد بنابراین عامل چهارم را در ماتریس فوق مجدد حذف می کنیم تا به سطح پنجم برسیم.

جدول (۸): سطح بندی عناصر ماتریس دسترسی و بدست آوردن سطح پنجم

عوامل	مجموعه خروجی ها	مجموعه ورودی ها	مشترکات	سطح
۳	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۵ و ۸ و ۱۰ و ۱۲	۵
۵	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۵ و ۷	۴	۴
۷	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴	۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۵ و ۹ و ۱۰	۵

۵	۸و۵	۱۱و۷و۵	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۸
	۷	۷	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰ و ۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰	۹
	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۱۰
	۱۱و۵	۱۱و۷و۵	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۱
۵	۱۲و۹	۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰ و ۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۲
	۴	۷و۵	۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰ و ۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۳
	۷	۷	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰ و ۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰	۱۴
	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۱۵
	۱۱و۵	۱۱و۷و۵	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۶
	۷	۷	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰ و ۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰	۱۷
	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۱۸
	۱۱و۵	۱۱و۷و۵	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۹
	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۲۰
	۱۱و۵	۱۱و۷و۵	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۲۱
	۷	۷	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰ و ۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰	۲۲
	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۲۳
	۱۱و۵	۱۱و۷و۵	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۲۴

پنجم قرار دارند بنابراین عامل سوم و هفتم و هشتم و دوازدهم را در ماتریس فوق مجدد حذف می کنیم تا به سطح ششم برسیم.

عامل سوم و هفتم و هشتم و دوازدهم (ایجاد کارگاه های تولیدی، آگاه سازی عمومی، پژوهش های علمی، مشتری مداری) در سطح

جدول (۹): سطح بندی عناصر ماتریس دسترسی و بدست آوردن سطح ششم

عوامل	مجموعه خروجیها	مجموعه ورودیها	مشترکات	سطح
۵	۱۰و۹	۱۰و۵	۱۰	۵
۹	۱۱و۱۰و۹و۵	۱۱و۵	۱۱و۵	۶
۱۰	۹	۱۱و۱۰و۹و۵	۹	۹
۱۱	۱۱و۱۰و۹و۵	۱۰	۱۰	۱۰
۱۳	۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰ و ۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۷و۵	۴	۱۳
۱۴	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰ و ۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰	۷	۷	۱۴
۱۵	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۱۵
۱۶	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۱و۷و۵	۱۱و۵	۱۶
۱۷	۱۹و۱۸و۱۷و۱۶و۱۵و۱۴و۱۳و۱۲و۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰ و ۲۴و۲۳و۲۲و۲۱و۲۰	۷	۷	۱۷
۱۸	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۱۸
۱۹	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۱و۷و۵	۱۱و۵	۱۹
۲۰	۹و۳	۱۱و۱۰و۹و۸و۷و۵و۳	۹و۳	۲۰
۲۱	۱۱و۵و۳و۲و۱و۰و۹و۸و۷و۶و۵و۴و۳و۲و۱و۰	۱۱و۷و۵	۱۱و۵	۲۱

۲۲	۳ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۷	۷
	۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴		
۲۳	۳ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۳	۱۱ و ۱۰ و ۹ و ۸ و ۷ و ۵ و ۳
۲۴	۳ و ۵ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۱۱ و ۵	۱۱ و ۷ و ۵

عامل نهم (دوره های آموزشی تخصص) در سطح ششم قرار دارد بنابراین عامل نهم را در ماتریس فوق مجدد حذف می کنیم تا به سطح هفتم برسیم.

جدول (۱۰): سطح بندی عناصر ماتریس دسترسی و بدست آوردن سطح هفتم

عوامل	مجموعه خروجیها	مجموعه ورودیها	مشترکات	سطح
۵	۹ و ۱۰	۹ و ۱۰ و ۵	۱۰	
۱۰	۹ و ۱۱	۵ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۱۱ و ۹	۷
۱۱	۵ و ۹ و ۱۰ و ۱۱	۵ و ۹ و ۱۰	۱۰	
۱۳	۳ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۴	
۱۴	۳ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۷	
۱۵	۳ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۳	
۱۶	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۱۱ و ۵	
۱۷	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۷	
۱۸	۳ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۳	
۱۹	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۱۱ و ۵	
۲۰	۳ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۳	
۲۱	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۱۱ و ۵	
۲۲	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۷	
۲۳	۳ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۳	
۲۴	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۳ و ۴ و ۵ و ۷ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۱۱ و ۵	

عامل دهم (گسترش روابط عمومی) در سطح هفتم قرار دارد بنابراین عامل دهم را در ماتریس فوق مجدد حذف می کنیم تا به سطح هشتم برسیم.

جدول (۱۱): سطح بندی عناصر ماتریس دسترسی و بدست آوردن سطح هشتم

عوامل	مجموعه خروجیها	مجموعه ورودیها	مشترکات	سطح
۵	۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۸
۱۱	۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و	۸

فرایند تکرار شود. پس از تعیین سطوح مرتب کرده و ماتریس جدید ماتریس مخروطی نامیده می شود.

و در صورت برابر بودن مجموعه دستیابی یا مجموعه اشتراک آن عامل(عوامل) به عنوان سطح بالا در نظر گرفته می شود. برای به دست آوردن سایر سطوح باید سطوح قبلی را ماتریس جدا گردند و

جدول (۱۲): تعیین سطح عوامل

سطح	متغیرها
۲	کاهش تورم
۳	کمک به اقتصاد منطقه
۵	ایجاد کارگاه های تولیدی
۴	کمک به بنگاه های زود بازده
۸	بهره گیری از قابلیت های منطقه
۱	بهره گیری از نیروی بومی
۵	آگاه سازی عمومی
۵	پژوهش های علمی
۶	دوره های آموزشی تخصصی
۷	گسترش روابط عمومی
۸	اطلاع رسانی پیرامون فعالیت های سازنده
۵	مشتری مداری
۸	توجه به عموم جامعه
۸	مسئولیت پیرامون امور شهری
۸	گسترش و بهبود فضای شهری
۸	ساخت و تجهیز مراکز درمانی
۸	تامین مالی کارکنان
۸	کمک به اقشار کم درآمد
۸	اشتغال زایی
۸	ارائه تسهیلات به جوانان
۸	ساخت مراکز فرهنگی
۸	ایجاد مراکز تفریحی
۸	افزایش فضای سبز
۸	کاهش آلودگی های محیط زیست

در شکل (۱) نمودار قدرت های هدایت و وابستگی الگویابی معادلات ساختاری-تفسیری طراحی مدل بومی مسئولیت های اجتماعی در شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان هستند.

در پایان، از تحلیل MICMAC استفاده شد. در این تحلیل متغیرهای پژوهش برحسب قدرت هدایت (تعداد عناصر مجموعه دستیابی) و قدرت وابستگی (تعداد عناصر مجموعه پیش نیاز) به چهار دسته تقسیم می شوند:

2. Dependence Power

1. Driving Power

اجتماعی شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان می باشد و برای مسئولیت اجتماعی بایستی به این بعد توجه کند، مولفه‌ای که در تحقیقات قبلی کمتر مورد توجه قرار گرفته و تعداد معدودی مطالعه به این مولفه پرداخته‌اند. بارنا مارتینز و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند دو محرک مهم اقدامات دارای مسئولیت اجتماعی کارفرما وجود دارد: دسترسی به یارانه‌های دولتی و بهبود محیط کار. همچنین موانع مهم اصلی که توسط مدیران منابع انسانی برجسته شده‌اند، در تصمیم‌گیری با هیئت مدیره و یا مدیریت و فقدان پذیرش کارمندان، نقش دارند. حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲) در تحقیقی دریافته‌اند که مهمترین مولفه بعد اجتماعی از نظر انتظارات ذینفعان شامل اخلاق کسب و کار، فساد و رشوه‌خواری و مشارکت در توسعه جامعه می باشد. ابوه و اجیبولاد (۲۰۱۷) در پژوهشی دریافته‌اند که جذب و توانمند کردن کارکنان و نگهداری و ارائه تخصص به آنها از جمله مسئولیت های اجتماعی شرکت ها است. محیط شرکت، محیط بالیدن صنایع، شرکتها، جوشیدن استعدادها و بروز و ظهور نقاط مهم و حساس موثر در تولید فرآورده های شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان است و واقعیت هم این است که بهسازی فضای کاری و بهره‌گیری از قابلیت‌های منطقه‌ای و بهره‌گیری از نیروهای بومی که یکی از زمینه های آن گسترش فعالیت ها شرکت های دانش بنیان و بهره‌گیری از نیروی‌های بومی است و زمینه ساز بهبود اوضاع سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و انسانی جامعه‌ای است که شرکت در آن فعالیت می کند را در بر می گیرد. پررنگ بودن فضای استفاده موثر از قابلیت ها و استعدادها و امکان تبادل ایده ها و نظرها علاوه بر منافع اقتصادی برای شرکت می تواند منافع اجتماعی نیز به همراه داشته باشد و زمینه بومی شدن را فراهم آورد و موجب گردد تا شرکت با خودسازی و گسترش توانایی های خود و هماهنگی و تعادل بین ارزشها و هنجارهای فردی و اجتماعی، زمینه بهبود توانایی‌های فردی و سازمانی را افزایش دهد که این قبیل فعالیت‌ها امکان بهبود فعالیت‌های شرکت را فراهم خواهد آورد و آرمان بومی سازی را نیز محقق خواهد ساخت و باعث حل چالش‌ها و مسائل موجود در مسیر می شود. با توجه به آنچه بیان شد شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان می تواند فضای مناسبی جهت آموزش نیروهای بومی برای فراگیری و آگاهی از حقوق و مسئولیت های اجتماعی خود فراهم آورد تا از نظر دیدگاه و افق دید و گستره اطلاعاتی به شهروندانی مفید، متعهد و مسئولیت پذیر تبدیل شوند و در عین حال به فرهنگ بومی و ملی خود نیز پایبند باشند.

۳- نتایج حاصل از تحلیل کیفی نظر خبرگان تحقیق حاضر نشان داد که آموزش (آگاه سازی عمومی، پژوهش های علمی و دوره های آموزشی تخصصی) جزو مسئولیت‌های اجتماعی است که شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان بایستی تقبل کنند و در راستای حادث شدن آن گام بردارند. احسان و کالیم (۲۰۱۲) در این تحقیقی که در شرکت‌های پاکستانی انجام دادند دریافته‌اند که در امور

و مسئولیت پذیری مدیران و کارکنان در قبال جامعه تحت عنوان مسئولیت اجتماعی مدیران مورد بحث سال‌های اخیر است. هدف این پژوهش مطالعه مسولیت های اجتماعی در شرکت معدنی و صنعتی گل گهر سیرجان انجام شده است و از روش تحلیل مضمون برای تحلیل کیفی داده‌ها استفاده شد. در تحلیل مرحله‌ای یافته‌ها، مفاهیم به عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، پاراگراف، عبارت و جملات مورد توجه قرار گرفتند و با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل خطوط یا پاراگراف‌ها، تلاش شد و ۷ مولفه و ۲۴ شاخص برای طراحی مدل مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت معدنی و صنعتی گل گهر سیرجان استخراج شد.

۱- نتایج حاصل از تحلیل مضمون مصاحبه های تحقیق نشان داد که مسئولیت های اقتصادی (کاهش تورم، کمک به اقتصاد منطقه، ایجاد کارگاه های تولیدی و کمک به بنگاه های زود بازده) به عنوان مولفه مسئولیت اقتصادی شرکت های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان شناخته شده است و این شرکت برای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی بایستی به مسئولیت اقتصادی خود عمل کند. فرید و همکاران (۲۰۱۹) که هرچه کارکنان بیشتر به رفتارهای تعاونی و مشارکت در محل کار تشویق شوند، تأثیر مثبتی بر مسئولیت اجتماعی دارد. همچنین بین تعامل شغلی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی فعالیت در حوزه اقتصادی را از جمله مولفه‌ها و شاخص‌هایی که سلب‌ریتی‌ها برای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی به آن عمل کنند، معرفی کرده‌اند. بدایغی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی دریافته‌اند که بعد اقتصادی از جمله مولفه های مسئولیت پذیری اجتماعی با رویکرد اسلامی ایرانی در سازمان تامین اجتماعی (مطالعه موردی: استان های تهران، فارس، کرمانشاه، لرستان) است. حبیبی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی دریافته‌اند که مسئولیت اجتماعی دارای پنج مولفه‌ی: بشردوستانه، اقتصادی، قانونی، اخلاقی و فناوری است. تیرمی وانلسلندر له ۲ (ذکر شده در بدایغی و همکاران، ۱۴۰۰) در تحقیقی دریافت که هدف‌های اجتماعی نسبت به هدف‌های اقتصادی و محیطی اهمیت بیشتری در سیاست‌های مسئولیت اجتماعی دارند. در ضمن جهت ایجاد خلاقیت، هدف‌های اجتماعی دارای اهمیت بیشتری نسبت به هدف‌های اقتصادی و محیطی هستند. منتظری و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود مسئولیت اجتماعی در صنعت ورزش را در چهار بعد اقتصادی، بشردوستانه، اخلاقی، قانونی و زیست محیطی سنجیده‌اند. علوی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود به شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور پرداختند و هشت مقوله اصلی مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستی، زیست محیطی، رسانه‌ای- خبری و آموزشی- ورزشی را شناسایی کردند.

۲- نتایج تحلیل مضمون مصاحبه‌ها و داده‌های کمی نشان داد که بومی سازی (بهره‌گیری از قابلیت های منطقه و بهره‌گیری از نیروی بومی) به عنوان مولفه و شاخص های مطرح در حفظ مسئولیت

۲ Oboh & Ajibolade

۴ Ehsan & Kaleem

۱. Farid

۲ Tirmi vanlsinder leh

گل گهر سیرجان است. احسان و کالیم (۲۰۱۲) مسئولیت در برابر جامعه را از مولفه‌های مسئولیت اجتماعی معرفی کرده‌اند. سیف پناهی و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی رهبر می‌توانستند نقش معناداری در پیش‌بینی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان داشته باشند. گلی و همکاران (۱۳۹۷) نیز در پژوهشی دریافتند که مسئولیت در قبال محیط بومی و توسعه محیطی از جمله مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌باشد. شرکت‌های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان در محیط پیرامون خود مسئولیت‌ها و وظایفی بر عهده دارند که به آنها در قبول مسئولیت کمک می‌کند و زمینه را برای توجه به مشتریان و مشتری‌مداری فراهم می‌کند و وظایف و مسئولیت‌های خود را انجام می‌دهد، به محیط اطرافش توجه دارد و مصالح و منافع جامعه را در تصمیم‌گیری‌هایش لحاظ می‌کند، پیرامون امور شهری و گسترش و بهبود فضای شهری محیط اطرافش توجه دارد و پاسخگو است و برای دستیابی به اهداف شرکت سعی در احترام به اجتماع و قبول مسئولیت در قبال آن دارد.

۶- مسئولیت در قبال افراد (ساخت و تجهیز مراکز درمانی، تامین مالی کارکنان، کمک به اقشار کم درآمد، اشتغال زایی، ارائه تسهیلات به جوانان، ساخت مراکز فرهنگی و ایجاد مراکز تفریحی) مولفه‌ای است که با استفاده از تحلیل مضمون داده‌های کیفی تحقیق حاصل شده است و به عنوان مولفه‌ای مهم و تاثیرگذار برای شرکت صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان شناخته شده است. راه چمنی (۱۳۹۴) نشان داد ابعاد مسئولیت اجتماعی با اعتماد مصرف‌کننده رابطه معناداری داشته و اعتماد مصرف‌کننده نیز با شهرت سازمان ارتباط معناداری دارد. همچنین تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بر فرهنگ و مشروعیت سازمان به عنوان واسطه اثر بر شهرت سازمان مورد بررسی قرار گرفت. شرکت‌های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان بایستی در قبال افرادی که در محیط شرکت‌ها کار می‌کنند، مسئول بوده و وظایف و مسئولیت‌های خود در قبال این افراد را انجام دهند و در صدد انجام امور مربوط به کارکنان قصور و کوتاهی نکنند و همچنین در برابر افرادی که در پیرامون این شرکت‌ها زندگی می‌کنند، مسئول بوده و بایستی نقش خود را به درستی ایفا کنند و برای رفع مشکلات معیشتی و درآمدی تلاش کنند و در صورت امکان از این افراد در مجموعه خود استفاده برده و برای آن‌ها اشتغال ایجاد کنند.

۷- مسئولیت‌های زیست محیطی (افزایش فضای سبز و کاهش آلودگی‌های محیط زیست) از جمله مسئولیت‌های اجتماعی است که در این تحقیق بر اساس نظر خبرگان و با استفاده از روش تحلیل مضمون برای شرکت‌های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان به عنوان مسئولیت اجتماعی شناسایی و استخراج شده است. اردلان و همکاران (۱۳۹۴) بیان داشتند ایجاد شبکه‌ها و مجاری ارتباطی و زمینه‌سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت‌پذیری کارکنان شود می‌تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع

اجتماعی و بهبود استانداردهای زندگی و تسهیلات بهتر برای آموزش و سلامت کارکنان و حمایت‌های محیطی در تغییرات هزاره‌ی جدید توجه دارند و اعتقاد بر این است که این امر سبب ایجاد اعتماد و اطمینان کارکنانشان بر شرکت خواهد شد. فومیهارانون^۱ (۲۰۱۰) توسعه‌ی آموزش منابع انسانی را به عنوان مولفه‌ی اصلی در ترکیب اصلی مسئولیت اجتماعی برای ۲۸ شرکت صنعتی تایلد معرفی کردند. بدای و همکاران (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی دریافت که یکی از راه‌های ایجاد ارتباط دوطرفه و ایجاد اعتماد بین سازمان و جامعه آموزش است. این آموزش می‌تواند از سطح پایین آموزش و پرورش شروع شده و تا آموزش عالی ادامه یابد. کارول (ذکر شده در نیکولوا و آرسیس^۲، ۲۰۱۷) آموزش را از جمله مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی معرفی کرده است. آموزش به کارکنان و کلیه افرادی که با شرکت‌های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان در ارتباط هستند موجب خواهد شد تا سطح آگاهی این افراد افزایش یابد و زمینه را برای حفاظت از محیط زیست و مجموع مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی افزایش دهد و موجب بهبود عملکرد شرکت‌ها و همچنین عملکرد زیست محیطی شرکت شود.

۴- نتایج حاصل از تحلیل مضمون داده‌های کیفی جمع‌آوری شده نشان داد که اطلاع‌رسانی و تبلیغات (گسترش روابط عمومی و اطلاع‌رسانی پیرامون فعالیت‌های سازنده) از جمله مولفه‌های شناسایی شده مسئولیت اجتماعی در این تحقیق است. این مولفه و شاخص‌ها در تحقیقات انجام شده قبلی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند و در این تحقیق به عنوان مولفه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان شناسایی و استخراج شده‌اند. راسلی^۳ و دیگران (۲۰۱۶) بیان کردند پروژه‌های توسعه در این شرکت‌ها به شش حوزه اصلی تقسیم می‌شود: برتری در آموزش، برنامه‌های مشارکت اجتماعی، کارآفرینی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، انجام کارهای داوطلبانه و حفاظت. آبین‌پناس^۴ (۲۰۲۰) در تحقیقی اطلاع‌رسانی و اشتراک اطلاعات را از جمله مولفه‌هایی دانست که سلب‌ریتی‌های ورزشی در ایفای نقش مسئولیت اجتماعی بایستی بازی کنند. محمدیان و همکاران (۱۳۹۵) مسئولیت اطلاعاتی را از جمله مسئولیت‌های اجتماعی تولیدکنندگان کالاهای تند مصرف در حوزه بازاریابی معرفی کرده‌اند. در ایفای نقش مسئولیت اجتماعی بایستی که به مولفه اطلاع‌رسانی و تبلیغات توجه شود و شرکت‌های صنعتی و معدنی گل گهر سیرجان برای وظایف و مسئولیت‌هایی که انجام می‌دهند و همینطور وظایف و مسئولیت‌هایی که بر عهده دارند، بایستی اطلاع‌رسانی و تبلیغات کنند و در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی شرکت اطلاعات لازم را با شفافیت ارائه دهند.

۵- تحلیل مضمون نتایج کیفی تحقیق نشان داد که مسئولیت در قبال اجتماع (مشتری‌مداری، توجه به عموم جامعه، مسئولیت پیرامون امور شهری و گسترش و بهبود فضای شهری) از جمله مولفه‌های مؤثر بر ایفای نقش مسئولیت اجتماعی شرکت‌های صنعتی و معدنی

۳. Rosley

۴. Abuín-Penas

۱. Phumitharanon

۲. Nikolova & Arsic

- Management. Sustainability, 10(5), pp.1532-1546.
- Rahman Sarasht, Hossein, Rafiei, (۶) Mahmoud, Kosha, Morteza. (2019). social responsibility. Transorganizational ethics. Tadbir monthly. 20th issue. May. Umeah Islamic. Scientific quarterly of human resources studies, 10th year, number 4, pp. 118-145.
- Dastfano, J Carcello, J. V., Hermanson, (7) D. R., Neal, T. L., & Riley Jr, R. A. (2018), Board characteristics and audit fees, Contemporary accounting research, 19(3): 365-384.
- (8). Stewart, Z & Salomon, T, (2017). Education, teaching and School as a Social Organization. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 186, 381-387.
- (9). Farid, T. , Iqba, S., Jianhong, M., Castro-González, S., Khattak, A., and Khalil Khan, M., (2019), Employees' Perceptions of CSR, Work Engagement, and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Effects of Organizational Justice, International -Journal of Environmental Research and Public Health, 16(10), pp. 17-31.
- (10). Lagon, T, (2019). Social responsibility of a Comprehensive school: Theoretical insights of Its Modelling. International Journal on Global Business Management & Research, 3(2), 23-41.
- Bagherinejad, Zainab, Abdulahi, Bijan, (۱۱) Hasanpour, Akbar, Jafarinia, Saeed. (1400). Designing the social responsibility model of human resource management in the electricity industry, human resource management researches, year 12, number 2 Barshad Abdul Hossein Samadi (۱۲) Largani Mahmoud. Youssef Taghipourian Youssef. (1400). Corporate social responsibility policies and information asymmetry, Journal of Public Policy in

شود. خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی مسئولیت زیست محیطی را از جمله مسئولیت های اجتماعی سلبیتی های ورزشی بیان کرده اند. پترینی (۲۰۱۷) نیز در تحقیقی مسئولیت پذیری زیست محیطی را از جمله مولفه های مهم در مسئولیت پذیری اجتماعی معرفی کرده است. باقری نژاد و همکاران (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیدند تا وقتی که کارکنان درگیر کارهای روزمره باشند و بخواهند به شکل روتین یک سری فعالیتهای تکراری و روزمره را انجام دهند، نباید انتظار داشته باشیم که سازمان به سمت مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی پیش برود.

References

- (1). Badaghi, Dariush, Islambolchi, Alireza, Rabiei Mandjin, Mohammadreza. (1400). Designing a model of social responsibility with an Iranian Islamic approach in the social security organization (case study: Tehran, Fars, Kermanshah, Lorestan provinces (Scientific Quarterly Journal of Iranian Islamic Development Model Studies).
- (2). Parsaian, Mohammad; Arabi, Hassan (2018). Pathology of internal research in the field of social responsibility with a hybrid approach. State Organizations Management Quarterly, 6th Year, Number 3, pp. 83-98.
- (3). Danai Fard, Hassan, Bustani, Hamidreza, Shakri, Sanaz, Zaki, Mehdi. (2019). The theme of exploring the social responsibility of the organization from the perspective of verses and traditions: implications for universities in Islamic society. Scientific quarterly of human resources studies, 10th year, number 4, pp. 118-145.
- (4). Voegtlin, C., Greenwood, M., (2017), Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis, Human Resource Management Review, 26(3), pp.181-197.
- (5). Barrena-Martinez, J., López-Fernández, M., & Romero-Fernandez, P. M. (2018). Drivers and Barriers in Socially Responsible Human Resource

- responsibility: Covid-19 challenges, E3S Web of Conferences 211, 04011 (2020) The 1st JESSD Symposium 2020.
- (20). Behnam Morteza. Rahmzade Seyed Ali. Nemati anarchy Daoud. (1400). Clarifying social communication determinants of fulfilling corporate social responsibility (case study: public relations of Iranian economic enterprises), Cultural and Communication Studies Quarterly, third period.
- (21). Karimi Hoda (2019). The effect of corporate social responsibility culture and leadership on the performance of corporate social responsibility and its effect on financial performance as a mediator of customer satisfaction studied: Iranian airlines, master's thesis in the field of management, business management, international business, Ershad Damavand Institute of Higher Education, Department of Management
- (22). Kirsten A. Cook, Andrea M. Romi, Daniela Sánchez, Juan Manuel Sánchez (2016). The influence of corporate social responsibility on investment efficiency and innovation.
- (23). Rosley, C. and Eugnio, P. and Silva, T.(2016). Corporate Social Responsibility: A Case Study in Subsidiaries from Brazil and China, Journal of Technology Management and Innovation 10(3), pp.31-47.
- (24). Shojaei Baghini, Gulnar, Maliki, Babak. (1400). Designing a model for attracting and maintaining loyal customers based on social responsibilities in the clothing industry (case study of Hakopian stores). An approach in business management, second year, number 2, pp. 1-19.
- (25). Shams Lahordi, Hassan and Ansari, Tahereh (2019), Investigating the effect of marketing intelligence on customer attraction in small and medium businesses (case study: small and medium enterprises Management, Volume 12, Number 4, Serial Number 44, pp. 35-45
- Behnam Morteza. Rahmzade Seyed Ali. Nemati anarchy Daoud. (1400). Clarifying social communication determinants of fulfilling corporate social responsibility (case study: public relations of Iranian economic enterprises), Cultural and Communication Studies Quarterly, third period
- (14).Alkaraz, N, Carey, P., Liu, L., & Qu, W. (2019). Voluntary corporate social responsibility reporting and financial statement auditing in China, Journal of Contemporary Accounting & Economics, 13(3): 244-262.
- Jamshidi, Alireza. (1400). Investigating the impact of the organization's social responsibility on the trust and loyalty of customers (case study: Pasargad insurance customers), the fourth national conference on accounting management and industrial engineering, Kish Island
- (16). Shin, T & Zhang, M, (2019). Auditors' perceived business risk and audit fees: Analysis and evidence, Journal of accounting research, 39(1): 35-43.
- (17). Ansari, Farshid. (2019). Social responsibility of organizations and organizational productivity (case study: Noorabad Mamsani Oil Company), new research approaches in summer management and accounting, number 39 (9th volume).
- (18). Kakhari, Esmail, Meshki Miyaoghi, Mehdi, Kord Rostami, Sohrab, Khordiar, Sina. (2019). Investigating the relationship between social responsibility and cash retention, emphasizing the mediating role of systematic risk factors and corporate governance. Accounting knowledge and management audit, ninth year, number 34, pp. 35-45.
- (19). Svetlana D. Tetiana H. Dmytro S. Oksana B. (2020). Strategic policy of companies in the area of social

- in Bushehr industrial estates), second year management science research, number 4 .
- (26). Taleghani, Gholamreza, Nargesian, Abbas, Gudarzi, Mustafa. (2019). Investigating the impact of social capital on the social responsibility of organizations (case study: General Tax Administration of West Tehran Province). Scientific journal of business strategies, ninth year, number 47, pp. 229-242.
- (27). Lagon, T,(2019), Social responsibility of a Comprehensive school: Theoretical insights of Its Modelling. International Journal on Global Business Management & Research, 3(2), pp. 23-41