



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۸، دوره ۲، شماره ۲، پیاپی ۶

## نقش مسئولیت اجتماعی بر توسعه منابع محیط‌زیست و عملکرد سازمان شهرداری‌ها

سحر عسگری

کارشناس خدمات شهری، شهرداری آمل، آمل، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۲۱

### چکیده

مسئولیت اجتماعی سازمان، عامل اساسی بقای هر سازمان است. افزایش سریع مشکلات زیست‌محیطی همه جوامع بشری را تهدید می‌کند. منشأ این مشکلات زیست‌محیطی را می‌توان به الگوهای رشد جوامع مدرن نسبت داد. بسیاری از مدیران سازمان‌ها با یکدیگر رقابت می‌کنند و از طرفی، به دنبال راه‌حل‌های جدید برای افزایش عملکرد سازمانشان هستند که از نگرانی‌های اصلی سازمان‌های امروزی است. هدف عملکرد، تمرکز کارکنان بر عملکرد وظیفه‌ای است. هدف اصلی این پژوهش شناسایی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر توسعه منابع محیط‌زیست و عملکرد سازمان شهرداری‌ها می‌باشد. روش جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه محقق ساخته بوده است. جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های مرتبط با محیط‌زیست و فضای سبز شهرداری‌ها می‌باشد و تعداد کارکنان شاغل در این شرکت‌ها ۲۰۰ نفر می‌باشد که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی در دسترس مورد بررسی قرار گرفته و در ادامه با نرم‌افزار *SPSS* به تحلیل و توصیف متغیرهای پژوهش پرداخته شده است. نتایج حاصل شده از این تحقیق نشان می‌دهد که میان مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی با توسعه منابع محیط‌زیست و عملکرد فرآیندهای داخلی سازمان‌های شهرداری‌ها با ضریب ۰,۹۱۶، توسعه زیست‌محیطی و عملکرد سازمان شهرداری‌ها ۰,۵۲۵ و توسعه اقتصادی عملکرد سازمان شهرداری‌ها برابر با ۰,۶۸۸ و توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده برابر با ۰,۸۱۱ می‌باشد. رابطه میان توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده و مزایای رقابتی با ضریب ۲,۱۶۶ و عملکرد مالی ۲,۵۴۵ معنادار می‌باشد. همچنین رابطه میان توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده و مزایای رقابتی با ضریب ۰,۲۷۵ و عملکرد مالی ۰,۲۲۸ معنادار می‌باشد.

کلمات کلیدی: مسئولیت اجتماعی، منابع محیط‌زیست، عملکرد سازمان، شهرداری‌ها.

## مقدمه

مسئولیت اجتماعی سازمان، عامل اساسی بقای هر سازمان است. شرکت‌ها و مؤسسات در جامعه‌ای کار می‌کنند که آن جامعه برای آن‌ها فرصت‌های مختلفی را جهت کسب سود و تحقق اهدافشان ایجاد کرده است، در مقابل این رفتار جامعه، سازمان‌های مذکور نیز باید متعهد باشند که نیازها و خواسته‌های جامعه را آن‌گونه که مورد توجه ذینفعان است، برآورده کنند (بادآور نهندی و همکاران، ۱۳۹۳).

در آستانه‌ی ورود به هزاره‌ی سوم میلادی، جهان شاهد هجوم سیل عظیمی از بحران‌های اقتصادی، اجتماعی، محیط‌زیست و ... از جمله رشد بی‌رویه‌ی جمعیت، فقر، بیکاری، آسیب‌های اجتماعی، بی‌عدالتی و در کنار همه این‌ها تخریب فزاینده محیط‌زیست می‌باشد. رشد و توسعه بی‌برنامه جوامع جهانی به خصوص در دهه‌های اخیر اگرچه پیشرفت‌های شگرفی را در عرصه‌های مختلف به همراه داشت و نوع بشر را به آرامش نسبی نزدیک کرد، اما رسیدن انسان به این دستاوردها به بهای شکستن پل‌های پشت سرش تمام شد و جهان را به ناگاه در یک دوره کوتاه با رشد فزاینده تخریب محیط‌زیست روبرو نمود.

همواره در بیشتر سازمان‌ها در سرتاسر دنیا، مدیران به دنبال ارتقاء و بهبود عملکرد سازمان‌های خویش می‌باشند. به عبارت دیگر، امروزه اگر سازمان‌ها بخواهند جایگاه خود را حفظ کرده و به نحوی عمل کنند که باعث بقاء، توسعه و موفقیتشان شود، ضروری است که در عملکرد خود تجدیدنظر کرده و تعهدات خود نسبت به ارباب‌رجوعان را به درستی ایفا کنند. در این زمینه، وقوع رویدادهایی مانند گسترش رقابت، پیشرفت فناوری اطلاعات و تلاش همه‌جانبه سازمان‌ها و واحدهای اقتصادی برای کسب جایگاه بهتر، ضرورت توجه به بهبود مستمر عملکرد سازمانی را دو چندان نموده است. در چنین شرایطی، سازمان‌ها ناگزیرند در جستجوی روش‌های جدیدی برای بهبود عملکرد خود باشند (نوروزی و همکاران، ۲۰۱۳).

## مبانی نظری

### مسئولیت اجتماعی شرکت

از آنجایی که فشار فزاینده در رابطه با انسان و محیط‌زیست وجود دارد، نگرانی‌های اصلی و عمده‌ای در دنیای کسب‌وکار ظهور کرده است. مسئولیت اجتماعی به عنوان چارچوبی برای از بین بردن این فشارها شکل گرفته است. مقالات مربوطه در این حوزه تعاریف متعددی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت بیان می‌کنند. مثلاً برون در سال ۱۹۵۲ مسئولیت اجتماعی شرکت را تعهدات مدیر به دنبال کردن سیاست‌ها، اتخاذ تصمیمات، تبعیت از قوانین اقدام تعریف می‌کند که بر حسب اهداف و ارزش‌های جامعه ما مطلوب تلقی می‌شوند. از سویی دیگر، کارتر (۲۰۰۵) مفهوم مورد نظر را به عنوان فعالیت شرکت و تأثیر آن بر گروه‌های اجتماعی مختلف، ملاحظات شرکت در خصوص و پاسخ‌گویی به مسائل اقتصادی، فنی و نیازهای قانونی شرکت تعریف کرد. با در نظر گرفتن این مفهوم، این مطالعه مسئولیت اجتماعی شرکت را رفتار شرکتی تعریف می‌کند که هدف آن اثربخشی مثبت بر سهامداران اجتماعی و غیراجتماعی بوده و فراتر از مصالح اقتصادی

می‌باشد. در پژوهش حاضر، طبقه‌بندی ۵ بعدی که از تورکر (۲۰۰۹) گرفته شده است ابزاری سودمند برای مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی است که به این صورت بیان می‌شود: مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به محیط، مسئولیت اجتماعی نسبت به رسانه، مسئولیت اجتماعی نسبت به کارمندان، مسئولیت اجتماعی نسبت به مشتریان و مسئولیت اجتماعی شرکت در خصوص همکاری با سازمان‌های غیردولتی. نتایج به دست آمده در حوزه ادبیات موضوعی در خصوص تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت‌ها با یکدیگر سازگاری ندارند. برخی محققین ارتباط مثبتی بین این مؤلفه و عملکرد مالی نیافتند زیرا انگیزه‌های مسئولیت اجتماعی به هزینه بیشتر مانند برنامه‌های رفاهی کارمندان، خیریه، توسعه اجتماعی و تعیین سیاست‌های حساس زیست‌محیطی منتهی شده است. در مقابل، سایر محققین دریافتند که مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباطی مثبت با عملکرد مالی شرکت دارد. بر همین اساس، ممکن است مسئولیت مزبور موجب تقویت ارزش سهامداران با تقویت میزان فروش، افزایش روحیه در میان کارمندان، افزایش تولید و تحریک نوآوری گردد. مسئولیت اجتماعی شرکت موجب بهبود شهرت شرکت، تقویت وفاداری مشتری و افزایش مستقیم تقاضا می‌گردد. دو رویکرد نظری مهم وجود دارد که مسئولیت اجتماعی شرکت را به عملکرد آن پیوند می‌زند. فریدمن و نئوکلاسیسیست‌ها حضور ارتباطی منفی بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی پیشنهاد کردند. بر اساس فریدمن (۱۹۷۰) تنها افراد مسئولیت دارند. شرکت یک فرد مصنوعی است، بنابراین نگرانی‌ها و دغدغه‌های آن نیز مصنوعی هستند. این شیوه فکری چشم‌انداز سهامدار نام دارد و پیشنهاد می‌کند که تنها مسئولیت مدیران کسب‌وکار خدمت‌رسانی در راستای مصالح سهامداران و با دنبال کردن سود بیشتر است. از سویی دیگر، فریدمن (۱۹۸۴) و چشم‌انداز سهامداران آن نشان می‌دهد که شرکت باید نیاز سهامداران را علاوه بر سرمایه‌گذاران برآورده نماید. بر همین اساس، سرمایه‌داران برای بقای شرکت نقش کلیدی دارند. ایده اصلی چشم‌انداز سرمایه‌دار آن است که موفقیت شرکت به نحوه توانایی مدیر در ایجاد ارتباط با گروه‌های کلیدی مانند مشتریان، کارمندان، عرضه‌کنندگان، جوامع، سیاست‌مداران و مالکین بستگی دارد. هر یک از این اشخاص می‌توانند بر توانایی تحقق اهداف تأثیر داشته باشند. با این ذهنیت، سرمایه‌داران در فعالیت‌های ثروت‌آفرینی شرکت سهیم هستند. به علاوه، در حقیقت محیط‌های متغیر و غیر قابل پیش‌بینی، رفتارهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی به شرکت‌ها کمک می‌کنند از جانب گروه‌های سهامدار بیرونی حمایت شوند. در مقالات امروزی، عموماً این مسئله مورد قبول واقع شده است که کسب‌وکار مسئولیت‌هایی نظیر مسائل اقتصادی، اخلاقی و قانونی و همچنین انسانی بر عهده دارد. مسئولیت اجتماعی شرکت نیز شامل مسئولیت حفاظت از محیط‌زیست، مدیریت منابع انسانی، سلامت و مسائل امنیتی، جنبه‌های فرهنگی و سرمایه‌داران است. بنابراین شرکت‌ها باید شیوه‌ای عمل نمایند که هم از نظر اجتماعی و هم از نظر زیست‌محیطی مسئولیت‌پذیر باشند، در عین حال باید ارزش سرمایه و سهام‌داران را با تمرکز بر عملکرد مالی آن‌ها به حداکثر میزان ممکن برسانند. با این وجود، پرسش انتقادی و مهمی که همچنان در خصوص این مسئله وجود دارد به این صورت است که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موجب بهبود و تقویت عملکرد شده یا تنها سود شرکت را توزیع می‌نماید؟ نتایج مختلفی در این حوزه و در خصوص مزایای مالی و دیگر مزایای مسئولیت اجتماعی شرکت برای شرکت‌ها وجود دارد؛ زیرا مفاهیمی مانند مسئولیت اجتماعی شرکت ممکن است عمیقاً ریشه در فرهنگ سازمانی داشته باشند. عموماً میان

مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی نوعی تفکیک با فاصله زیاد وجود دارد زیرا تأثیر مستقیم مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت را نمی‌توان به سادگی مشاهده کرد. از این رو مطالعه حاضر به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی می‌پردازد و سپس تأثیر آن به واسطه توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده بر مزایای رقابتی را مورد بررسی قرار می‌دهد. فرایند ثانویه مزبور در برگزیده تمامی فعالیت‌هایی است که به واسطه آن‌ها شرکت خریدار به عرضه‌کننده کمک می‌کند تأثیرات منفی زیست‌محیطی خود را کاهش دهد. چنین انتظار می‌رود که شرکت‌هایی که سطح بالایی از مسئولیت اجتماعی را تجربه می‌کنند شیوه‌ها و محصولات عرضه‌کننده خود را بهبود بخشند، زیرا جامعه فکر می‌کند که توسعه عرضه‌کننده یک مؤلفه طبیعی مسئولیت اجتماعی به شمار می‌رود. با این وجود، ارتباط میان ابعاد اجتماعی مسئولیت شرکت و توسعه عرضه‌کننده کاملاً در مطالعات در خصوص مدیریت پایدار زنجیره عرضه شفاف‌سازی نشده است.

## محیط‌زیست

### حفظ محیط‌زیست شهری

محیط‌زیست تمامی جنبه‌های حیات بشر را به نوعی در بر می‌گیرد و حکم منطق و عقل سلیم بر مبنای حفاظت و حراست از جنبه‌های مثبت و ارزشمند آن است. به ویژه آنجا که به حیات موجودات زنده خصوصاً انسان مربوط می‌شود، مقوله محیط‌زیست موجب استفاده و سوءاستفاده‌های بی‌شماری خصوصاً از زمان صنعتی شدن جوامع به این سو شده است. در کشور ما نیز حفاظت از محیط‌زیست در بخش صنعت چندی است که مورد توجه زیادی قرار گرفته، به طوری که با گذشت زمان شاهد تحولات مفیدی در این زمینه بوده‌ایم. از جمله عوامل مهم در رابطه با تخریب محیط‌زیست در بخش صنعت می‌توان به اتلاف انرژی و عدم مصرف بهینه آن اشاره کرد. در حالت ایده آل، جامعه‌ای که به دنبال دستیابی توسعه پایدار است، تنها منابعی از انرژی را به کار می‌گیرد که هیچ اثر منفی زیست‌محیطی نداشته و تا جایی که امکان دارد از اتلاف منابع تجدیدناپذیر در آن جلوگیری شود، اما با این حال، از آنجا که تمام منابع انرژی تا حدودی بر محیط‌زیست اثرگذار هستند، بهتر آن است که با بهینه‌سازی مصرف و استفاده منطقی از انرژی بر آثار منفی آن غلبه کنیم جلوگیری شود. خسارات زیست‌محیطی ناشی از مصرف بی‌رویه انرژی در سال ۷۹ در کشور معادل ۴٫۸ درصد تولید ناخالص داخلی (۵۶ هزار میلیارد ریال) محاسبه شده و از آن پس نیز روندی رو به زاید داشته است. اما نتایج مطالعات انجام شده نشان می‌دهد با تجدیدنظر در سیاست‌های مرتبط با انرژی می‌توان خسارات زیست‌محیطی را تا سال ۲۰۱۹ در حد ۸۰ هزار میلیارد ریال کنترل کرد که این امر، مستلزم نگرش واقعی به مسائل محیط‌زیست در بخش انرژی و صنعت و حذف یارانه‌های غیر هدفمند در بخش سوخت کشور است. با بررسی مشکلات زیست‌محیطی ناشی از اتلاف منابع انرژی می‌توان به این نکته پی برد که این معضل تنها با بهینه‌سازی مصرف انرژی صورت خواهد پذیرفت. کشور ایران با داشتن حدود یک درصد از جمعیت جهان، حدود ۹٪ از فرآورده‌های نفتی دنیا را مصرف می‌کند. در سال‌های اخیر رشد مصرف انرژی در جهان سالانه یک تا دو درصد و در ایران، پنج تا هشت درصد بوده است. به عبارت دیگر رشد مصرف انرژی در ایران بیش از پنج برابر متوسط رشد مصرف جهانی است.

و سالانه معادل ۱ تا ۱۳ میلیارد دلار یارانه انرژی پرداخت می‌شود. مصرف سرانه انرژی در ایران متناسب با ساختار تولید، صنعت و اقتصاد کشور نیست و به دلیل ارزانی سوخت و یارانه دولتی، شاهد مصرف غیر بهینه، اتلاف انرژی، ساختار نامناسب مصرف و فقدان فرهنگ صرفه‌جویی هستیم. ناسالم بودن ساختار مصرف انرژی ناشی از آن است که قیمت‌ها به صورت واقعی تأثیرگذار نیست و قیمت‌های داخلی، حامل‌های واقعی انرژی نیستند و با تغییر قیمت انرژی در جهان، قیمت‌های داخلی تغییری نمی‌کند. در نتیجه صنایع و مصرف‌کنندگان انرژی، احساس رقابت با کشورهای جهان را نداشته و برای کاهش مصرف تلاش نمی‌کنند (عبدلی و یدقار، ۱۳۹۰).

### توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده

توسعه عرضه‌کننده یک فرایند و تلاش شراکتی طولانی‌مدت بین شرکت خریدار و عرضه‌کننده آن با هدف افزایش قابلیت‌های عرضه‌کننده است. شرکت می‌تواند به عرضه‌کنندگان خود کمک کند که بهره‌وری خود را بهبود بخشیده و مسائل موجود در زنجیره‌های تأمین را حل کنند. بسیاری از عرضه‌کنندگان در قاره آسیا، اروپای شرقی و آمریکای جنوبی قابلیت‌های فنی و مدیریتی لازم و آگاهی زیست‌محیطی برای شروع را در اختیار ندارند. در نتیجه شرکت‌های کشورهای توسعه‌یافته می‌توانند با مسائل جدی با توجه به خسارت‌های زیست‌محیطی و شرایط کاری مشهود به واسطه عرضه‌کننده خود در کشورهای درحال توسعه مواجه شوند. مقالات در این خصوص چندین فعالیت توسعه عرضه‌کننده نظیر ایجاد اعتماد، کمک‌های پولی، توسعه هنجارهای ارتباطی، انتقال دانش، ارتباطات، شراکت متقابل مدیریتی، تلفیق عرضه‌کننده داخلی و بیرونی و مکانیزم‌های اجتماع‌پذیری ارائه می‌کنند. به‌علاوه، فعالیت‌های توسعه عرضه‌کننده شامل کمک به تحقق اهداف عملکرد شرکت‌های عرضه‌کننده، آموزش، مبادره پرسنل و پیش‌رشد و ترقی عرضه‌کننده است. توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده در برگیرنده تمامی فعالیت‌هایی است که به واسطه آن شرکت خریدار به عرضه‌کننده کمک می‌کند که تأثیرات زیست‌محیطی منفی خود را کاهش دهد. توسعه عرضه‌کننده سبز برای انتقال و تزریق مدیریت زنجیره تأمین سبز در میان سازمان‌ها از اهمیت بسزایی برخوردار است. جابور و همکارانش (۲۰۱۴) نشان دادند که همکاری با مشتریان همچنین فعالیت‌های خرید سبز به صورت مثبت بر عملکرد سبز سازمان تأثیر دارد. کراوس و همکاران (۲۰۰۰) توسعه عرضه‌کننده را به عنوان فشار رقابتی، نظام ارزیابی و تأیید، انگیزه‌ها و شراکت مستقیم تعریف کرد. فشار رقابتی شامل استفاده از چندین عرضه‌کننده برای تأمین یک محیط است که عرضه‌کننده در آن احساس تعهد به اجرای بهینه و مؤثر داشته باشد. ارزیابی و بازخوردهای منظم موجب انگیزش عرضه‌کنندگان در بهره‌وری و کیفیت بیشتر می‌شود. شراکت مستقیم را می‌توان به صورت‌های زیر داشت: سرمایه‌گذاری تجهیزات و سرمایه در عملیات عرضه‌کننده، کسب جزئی یا کلی شرکت عرضه‌کننده یا سرمایه‌گذاری برای منابع انسانی و سازمانی که به عنوان فعالیت‌های انتقال دانش عملیاتی تعریف می‌شود. برنامه‌های توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده را تا حد زیادی می‌توان به دو بخش تقسیم‌بندی کرد: ارزیابی و شراکت. فعالیت‌های ارزیابی به ارزیابی و پیش‌عملکرد زیست‌محیطی عرضه‌کننده ارجاع دارند. فعالیت‌های شراکتی به این معناست که مؤسسات زنجیره تأمین تلاش کنند با یکدیگر بهبود پیدا کنند. شراکت زیست‌محیطی نیز شامل اشتراک

اطلاعات و نیاز مشترک به یادگیری مرتبط با فرایند تولید با هدف تعیین اهداف بهبود زیست‌محیطی است. بای و ساراکیس (۲۰۱۰) فعالیت‌های سبز توسعه عرضه‌کننده را به صورت انتقال دانش، انتقال منابع و فعالیت‌های سازمانی دسته‌بندی کرده است. مشابه این امر، فو و همکارانش (۲۰۱۲) توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده را به سه دسته تقسیم‌بندی کرد: انتقال دانش سبز و ارتباطات سبز، سرمایه‌گذاری و انتقال منابع و، مدیریت و فرایندهای سازمانی. در این مطالعه، فشار زیست‌محیطی مدیریت میانی پیشنهادی برای توسعه مزبور تلقی شده و پیامدهای فرایند توسعه ذکر شده موجب افزایش شهرت زیست‌محیطی شرکت شده و با مدیریت بهتر عرضه‌کننده به تقویت یادگیری سازمانی منتهی خواهند شد. ارزیابی زیست‌محیطی عرضه‌کننده در کنار فعالیت‌های شراکتی تأثیراتی مثبت بر عملکرد زیست‌محیطی به دنبال خواهند داشت. فعالیت‌هایی برای حفاظت از محیط‌زیست وجود دارند که می‌توانند تأثیراتی مثبت بر عملکرد اقتصادی داشته باشند. به عنوان مثال راتو (۲۰۰۲) نشان داد که مدیریت سبز زنجیره تأمین بر عملکرد اقتصادی به واسطه تأثیرات میانجی عملکرد زیست‌محیطی تأثیر دارد. به منظور حفظ روابط پایدار، ارزیابی کافی نیست: شراکت نیز باید در میان سازمان‌ها به خوبی صورت گیرد. از سوی دیگر لی و کلاسن (۲۰۰۸) نشان دادند که تکامل و تحول و شراکت در کنار هم می‌توانند به عملکرد زیست‌محیطی بهتر برای عرضه‌کننده منتهی شوند. بسیاری از شرکت‌ها در کنار عرضه‌کنندگانشان تلاش می‌کنند عملکرد زیست‌محیطی خود را بهبود بخشند. برای مثال، زیراکس برنامه‌ای همکاری با عرضه‌کنندگان ترتیب داده تا بتواند میزان تجهیزات باز استعمال شده خود را افزایش دهد. کاسترول یکی از عرضه‌کنندگان روغن موتور برای خودروها در کنار یکی از مشتریان خود برنامه‌ای مشترک ترتیب داده که به کاهش مصرف روان‌کننده و همچنین هزینه و تأثیرات زیست‌محیطی منجر شده است. شرکت *BASF* یکی از شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی در حوزه مواد شیمیایی، کمپین مشترک خود با سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد، مرکز فشرده‌سازی جهانی سازمان ملل متحد و برنامه زیست‌محیطی سازمان ملل متحد برای بهبود تأثیرات و عملکرد زیست‌محیطی عرضه‌کنندگان کوچک تا متوسط در کشورهای مختلف شروع کرده است. در این کمپین، شرکت *BASF* و عرضه‌کنندگان آن عملکرد زیست‌محیطی خود را بر حسب مصرف انرژی، انتشار مواد آلاینده و مصرف مواد مورد ارزیابی قرار می‌دهند. در همین زمان، شرکت حمایت فنی خود را از عرضه‌کننده برای پروژه‌های مختلف اعلام می‌کند. کاستوم پرینت یک شرکت تجاری تهیه پرینتر در آمریکا است که با عرضه‌کنندگان مواد شیمیایی برای کاهش مواد شیمیایی دفعی همکاری می‌کند.

### ارزیابی عملکرد

ارزیابی عملکرد نزدیک‌ترین نظام به یک مدیریت علمی در حوزه مدیریت منابع انسانی است. این نزدیکی از آن جهت است که هدف این نظام ارزیابی اثربخشی و تعهد فردی و پیوند دادن عملکرد کارکنان به اهداف بلندمدت کسب‌وکار است. اما نباید از نظر دور داشت که تدوین و به کارگیری یک نظام منطقی و معنادار برای سنجش عملکرد ممکن است دشوار و مسئله‌آفرین باشد (یزدچی، ۱۳۸۳). در واقع سنجش و اندازه‌گیری عملکرد تلاشی است سیستماتیک برای دانستن اینکه خدمات تا چه حد پاسخگوی نیازهای مردم بوده و توانایی سازمان‌ها در برآورده نمودن آن تا چه اندازه‌ای



است (هالاچمی، ۲۰۰۶). هدف از اندازه‌گیری عملکرد این است که مدیران به درک واضح و روشنی از جنبه‌های مختلف سازمان پی برده و بتوانند تصمیمات هوشمندانه‌تری را اتخاذ نمایند. اهمیت روزافزون جایگاه مدیران در عصر حاضر بیانگر ظهور الگویی جدید می‌باشد. از آنجا که مدیران عناصر مهم در تحقق جامعه پیشرفته صنعتی می‌باشند، جامعه باید روش‌هایی را اتخاذ کند که راه را برای استفاده بهینه از عوامل پیشرفت هموار کند. در حقیقت، در جهانی که دائماً در حال تغییر است، بقای جامعه به توانایی آن جامعه در جهت نمایان ساختن مدیران شایسته بستگی دارد. بعلاوه حفظ یک مدیر به اندازه‌ی توانایی آن قابل اهمیت می‌باشد. بنابراین با اندازه‌گیری عملکرد مدیر هر سازمان می‌توان به شایستگی‌های آن مدیر در جهت تحقق اهداف سازمان در راستای مأموریت و برنامه‌های استراتژیک پی برد و برای حفظ آن مدیر و بهبود عملکرد وی برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام داد. با توجه به اینکه به کارگیری منابع انسانی و مادی هر سازمان به تصمیمات مدیران آن سازمان بستگی دارد لذا اندازه‌گیری عملکرد مدیران سازمان‌ها می‌تواند به بهبود عملکرد هر سازمان منجر شود. شاخص‌های ارزیابی عملکرد مسیر حرکت سازمان‌ها را برای رسیدن به اهداف مشخص می‌کند. نگاه اول در تدوین شاخص‌ها متوجه چشم‌انداز و مأموریت و اهداف کلان، راهبردهای بلندمدت و کوتاه‌مدت و برنامه‌های عملیاتی و به فعالیت اصلی متمرکز می‌شود (رحیمی، ۱۳۸۵).

### مراحل انجام ارزیابی عملکرد

ارزیابی عملکرد کارکنان سازمان را می‌توان طی ۵ مرحله انجام داد. در مرحله‌ی اول باید هدف و منظور از ارزیابی عملکرد کارکنان معین شود. این امر ضروری است، زیرا به ندرت می‌توان سیستمی برای ارزیابی کارکنان طراحی نمود که تمام جوانب را در نظر بگیرد. برای مثال ممکن است در یک سازمان، هدف از ارزیابی عملکرد، تعیین نیازهای آموزشی کارکنان باشد و در سازمانی دیگر، هدف اتخاذ تصمیماتی درباره‌ی افزایش پرداخت یا ترفیع مقام باشد. بنابراین باید اهداف ویژه‌ای که سیستم ارزیابی عملکرد برای نیل به آن طراحی و اجرا می‌شود مشخص شود؛ چرا که موارد بسیاری را می‌توان یافت که به دلیل نامعلوم بودن اهداف، سیستم ارزیابی درست طراحی نشده و یا درست اجرا نگردیده است. در مرحله‌ی دوم باید کارکنان را کاملاً روشن نمود که در وظایف محول، چه انتظاری از آن‌ها می‌رود. معمولاً به کمک اطلاعاتی که از تجزیه و تحلیل شغل به دست آمده و در شرح شغل منعکس شده است، سرپرست و یا رئیس مستقیم، محتوا و وظایف اصلی شغل را با فرد در میان می‌گذارد و به او اطلاع می‌دهد که عملکردش چگونه باید باشد. همچنین در این مرحله، شاخص‌ها و استانداردهای ارزیابی عملکرد به اطلاع فرد رسانده می‌شود. در مرحله‌ی سوم، عملکرد واقعی فرد در شغل اندازه‌گیری می‌شود و در مرحله‌ی چهارم این عملکرد (آنچه انجام گرفته) با استانداردهای عملکرد (آنچه باید انجام می‌گرفت) مقایسه می‌شود. سرانجام در مرحله پنجم، نتایج حاصل از این مقایسه با فرد در میان گذاشته شده و تصمیماتی مقتضی اتخاذ می‌گردد (رونق، ۱۳۸۵).

<sup>1</sup> Halachmi

پیشینه پژوهش

محقق	سال	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش
شریفی و اعظمی	۱۳۹۵	بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی مزیت رقابتی، شهرت سازمانی و رضایت مشتری	مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با نقش میانجی (مزیت رقابتی، شهرت سازمانی و رضایت مشتری) بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.
موسوی و همکاران	۱۳۹۵	تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی سرمایه فکری در سازمان تبلیغات اسلامی شمال غرب کشور	ارتباط مؤلفه مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر سرمایه فکری و ارتباط بین متغیر سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی مثبت، مستقیم و معنی‌دار است؛ و میزان تأثیرگذاری غیرمستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد برابر با ۳۴٪ است که این ارتباط از طریق متغیر سرمایه فکری صورت می‌گیرد. لذا بر اساس نتیجه حاصل، سرمایه فکری در ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد سازمانی نقش میانجی دارد.
حسن‌پور و همکاران	۱۳۹۵	بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت با توجه به نقش توسعه تأمین‌کنندگان زیست‌محیطی	مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و توسعه تأمین‌کننده زیست‌محیطی با یکدیگر رابطه مثبت دارند.
حاجی آقایی کشتلی و همکاران	۱۳۹۴	بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی سازمانی با عملکرد سازمانی با توجه به نقش متغیرهای میانجی مزیت رقابتی شهرت سازمانی و رضایت شغلی	مزیت رقابتی با عملکرد سازمان با ضریب تخمین ۰,۷۵ مسئولیت اجتماعی سازمانی با عملکرد سازمانی با ضریب تخمین ۰,۷۳ یافته‌های مهم از بیشترین اثر برخوردار است.
فتحی و همکاران	۱۳۹۴	بررسی مسئولیت اجتماعی کسب‌وکار و جایگاه محیط‌زیست از دیدگاه <i>WTO</i>	اکثر موافقت‌نامه‌های تحت پوشش این سازمان دارای ضوابط زیست‌محیطی هستند که طبق آن ضوابط، کشورهای عضو می‌توانند اقداماتی در رابطه با حفاظت از محیط‌زیست انجام دهند. در کنار این ضوابط می‌توان به عملکرد زیست‌محیطی برخی از ارکان و نیز مقررات نهادین <i>WTO</i> نیز اشاره داشت.
توچک و همکاران	۲۰۱۸	بررسی نظریه‌های مدیریت در زمینه کیفیت استانداردهای داوطلبانه کیفیت، استانداردهای زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی	پیوند دادن نظریه‌ها به زمینه‌های اصلی تحقیق در استانداردهای داوطلبانه و کمک به محققان با شناسایی تئوری‌هایی که از لحاظ کاربردپذیری آن‌ها برای کشف مسیرهای تحقیقاتی آینده در این زمینه مطالعه می‌شود، را نشان می‌دهد.
رورته و همکاران	۲۰۱۶	تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های سازگار با محیط‌زیست اسپانیایی)	نتایج نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد نوآوری و سازمانی در همه گروه‌ها از شرکت‌ها (یعنی تولید در مقابل غیر تولید، فعال در مقابل غیرفعال، کوچک‌تر در مقابل



بزرگ‌تر و جوان‌تر در مقابل شرکت‌های قدیمی‌تر) اثرات مثبت و معنادار دارد. همچنین نقش میانجی نوآوری در مورد شرکت‌های تولیدی را نشان می‌دهد.			
مسئولیت اجتماعی داخلی شرکت با درآمد معادل یک و دو سال پس از سرمایه‌گذاری همراه بوده است. هزینه‌های شرکت‌ها در زمینه مراقبت‌های بهداشتی، برنامه‌های بازنشستگی، آموزش کارکنان و به اشتراک گذاشتن سود، در سال‌هایی که چنین سرمایه‌گذاری‌هایی را دنبال می‌کردند تأثیر مثبتی بر درآمد دارند.	مسئولیت اجتماعی داخلی و عملکرد شرکت: مطالعه شرکت‌های تجاری عمومی	۲۰۱۶	کاوازوتو و چانگ
نیاز به استانداردهای بیشتری در گزارش‌های محیط کار وجود دارد و نیاز به گزارش در مورد شاخص‌هایی که مسائل مربوط به محیط‌زیست کامل را پوشش می‌دهند نیز می‌باشد.	استفاده از شاخص‌های عملکرد محیط کار در گزارش دهی مسئولیت اجتماعی شرکت	۲۰۱۶	سیارسی و همکاران
. ممکن است که صنایع سنگین (به عنوان مثال، ریخته‌گری فلز) که تا حدودی دور از چشم عموم می‌باشد تأکید کمی بر مسئولیت اجتماعی داشته، یا اینکه ممکن است به دلایل دیگرشان به عنوان توسعه تأمین‌کننده به مسئولیت اجتماعی و منابع محیط‌زیست تشویق شده و به عملکرد مزایای آن بپردازند. این مطالعه برای اولین بار به بررسی این روابط خاص پرداخته است.	رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، توسعه منبع محیط‌زیست، و عملکرد شرکت	۲۰۱۴	آگان و همکاران

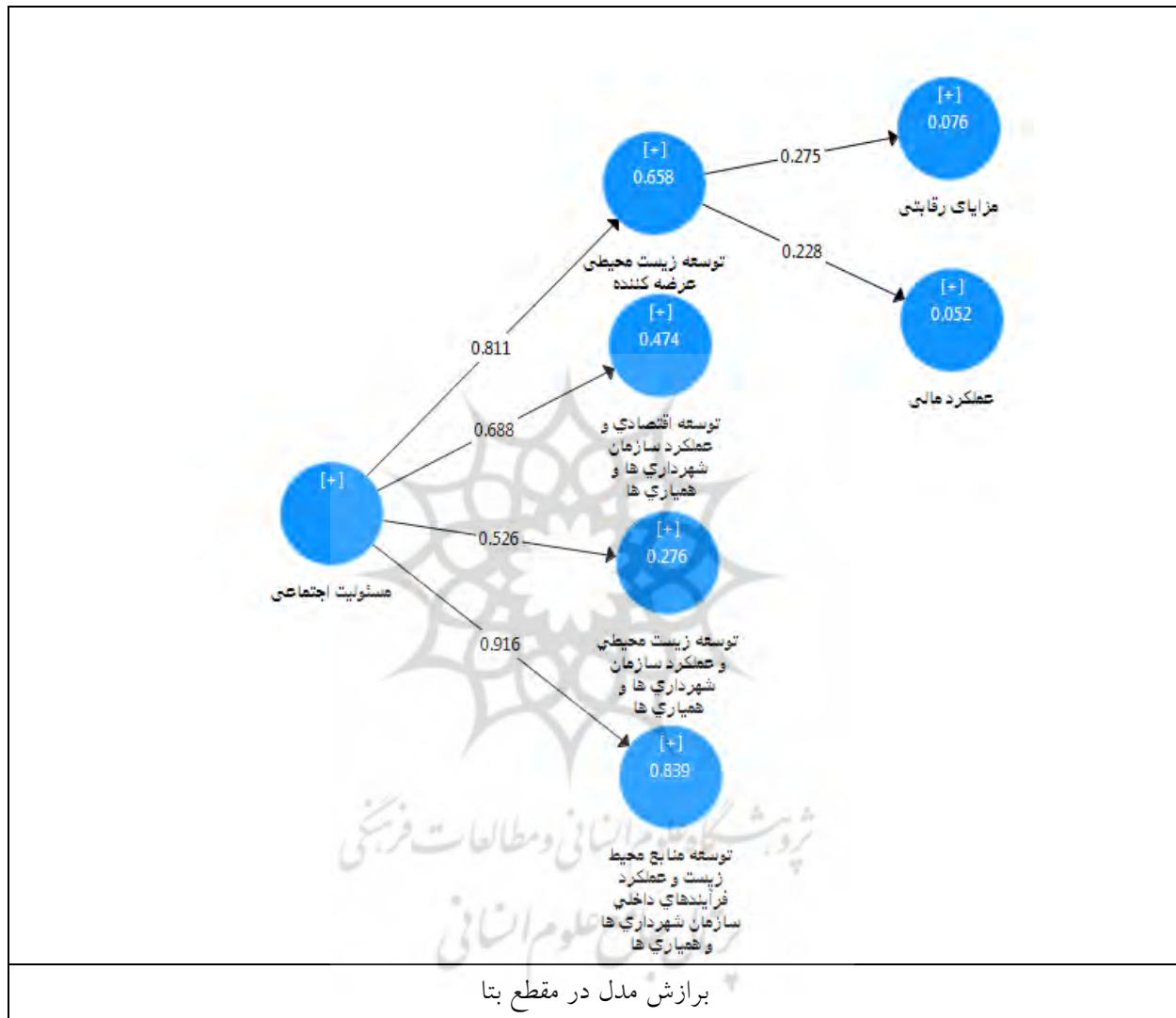
### فرضیه‌های تحقیق

- ۱) مسئولیت اجتماعی سازمان شهرداری‌ها و همیاری‌ها با توسعه منابع محیط‌زیست ارتباط دارد.
- ۲) توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده با عملکرد مالی سازمان شهرداری‌ها و همیاری‌ها ارتباط دارد.
- ۳) توسعه زیست‌محیطی عرضه‌کننده با مزایای رقابتی سازمان شهرداری‌ها و همیاری‌ها ارتباط دارد.
- ۴) مسئولیت اجتماعی بر توسعه اقتصادی و عملکرد سازمان شهرداری‌ها و همیاری‌های کشور تأثیرگذار است.
- ۵) مسئولیت اجتماعی بر توسعه زیست‌محیطی و عملکرد سازمان شهرداری‌ها و همیاری‌های کشور تأثیرگذار است.
- ۶) مسئولیت اجتماعی بر توسعه منابع محیط‌زیست و عملکرد فرآیندهای داخلی سازمان شهرداری‌ها و همیاری‌های کشور تأثیرگذار است.

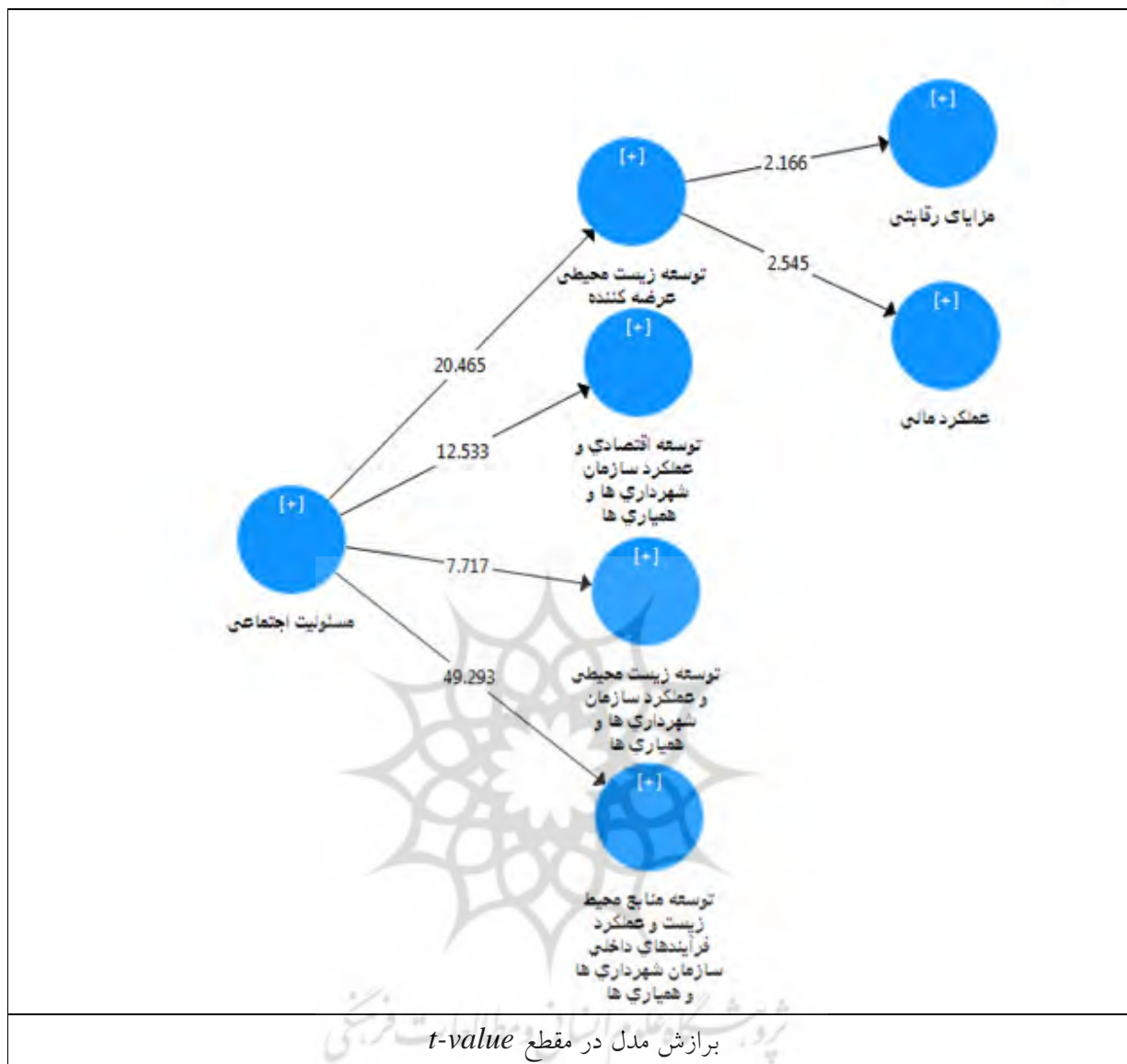
ماتریس همبستگی اسپیرمن										
مزایای بازار	عملکرد مالی	شراکت مستقیم	انگیزه‌ها	ارزیابی عرضه‌کننده	همکاری با سازمان‌های غیردولتی	مسئولیت اجتماعی به مشتری	مسئولیت اجتماعی به کارمندان	مسئولیت اجتماعی به رسانه	مسئولیت اجتماعی به محیط	مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط
.۲۲۷*	-.۰۰۷	.۸۲۸**	.۳۰۱**	.۶۳۲**	.۵۳۲**	.۴۵۳**	.۶۲۳**	.۴۹۱**	۱.۰۰۰	مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط
.۰۲۳	-.۰۶۰	.۷۴۳**	.۲۵۹*	.۵۹۰**	.۳۲۹**	.۴۴۱**	.۵۳۲**	۱.۰۰۰	.۴۹۱**	مسئولیت اجتماعی نسبت به رسانه
.۱۹۰	.۱۴۰	.۶۱۸**	.۴۹۷**	.۵۶۲**	.۴۰۴**	.۳۸۷**	۱.۰۰۰	.۵۳۲**	.۶۲۳**	مسئولیت اجتماعی نسبت به کارمندان
.۰۴۶	.۰۸۴	.۵۲۸**	.۳۷۷**	.۶۳۱**	.۷۳۲**	۱.۰۰۰	.۳۸۷**	.۴۴۱**	.۴۵۳**	مسئولیت اجتماعی نسبت به مشتری
.۲۰۷*	.۲۳۳*	.۵۷۲**	.۳۶۴**	.۶۶۲**	۱.۰۰۰	.۷۳۲**	.۴۰۴**	.۳۲۹**	.۵۳۲**	همکاری با سازمان‌های غیردولتی
.۱۲۹	.۰۹۴	.۶۹۴**	.۳۰۷**	۱.۰۰۰	.۶۶۲**	.۶۳۱**	.۵۶۲**	.۵۹۰**	.۶۳۲**	ارزیابی عرضه‌کننده
.۱۸۹	.۰۹۱	.۴۴۶**	۱.۰۰۰	.۳۰۷**	.۳۶۴**	.۳۷۷**	.۴۹۷**	.۲۵۹*	.۳۰۱**	انگیزه‌ها
.۱۳۸	-.۰۱۵	۱.۰۰۰	.۴۴۶**	.۶۹۴**	.۵۷۲**	.۵۲۸**	.۶۱۸**	.۷۴۳**	.۸۲۸**	شراکت مستقیم
.۶۰۳**	۱.۰۰۰	-.۰۱۵	.۰۹۱	.۰۹۴	.۲۳۳*	.۰۸۴	.۱۴۰	-.۰۶۰	-.۰۰۷	عملکرد مالی
۱.۰۰۰	.۶۰۳**	.۱۳۸	.۱۸۹	.۱۲۹	.۲۰۷*	.۰۴۶	.۱۹۰	.۰۲۳	.۲۲۷*	مزایای بازار

با توجه به نتایج حاصل شده در این قسمت به‌طورکلی می‌توان بیان نمود که سطح معناداری کمتر از ۱ درصد نشان از وجود رابطه همبسته میان متغیرهای مورد مطالعه در سطح احتمال ۹۹ درصد است، همچنین سطح معناداری کمتر از ۵ درصد نیز نشان دهنده وجود رابطه معنادار در سطح احتمال ۹۵ درصد است، با توجه به نتایج حاصل شده علامت \*\*

نشان از وجود رابطه همبسته در سطح احتمال ۹۹ درصد و علامت \* نشان از وجود رابطه همبسته در سطح احتمال ۹۵ درصد است.



با توجه به نتایج حاصل شده در این قسمت مشاهده می شود میان مؤلفه های مسئولیت اجتماعی با توسعه منابع محیط زیست و عملکرد فرآیندهای داخلی سازمان های شهرداری ها با ضریب ۰,۹۱۶، توسعه زیست محیطی و عملکرد سازمان شهرداری ها ۰,۵۲۶ و توسعه اقتصادی عملکرد سازمان شهرداری ها برابر با ۰,۶۸۸ و توسعه زیست محیطی عرضه کننده برابر با ۰,۸۱۱ می باشد. همچنین رابطه میان توسعه زیست محیطی عرضه کننده و مزایای رقابتی با ضریب ۰,۲۷۵ و عملکرد مالی ۰,۲۲۸ معنادار می باشد.



با توجه به نتایج حاصل شده در این قسمت مشاهده می شود میان مؤلفه های مسئولیت اجتماعی با توسعه منابع محیط زیست و عملکرد فرآیندهای داخلی سازمان های شهرداری ها با ضریب ۴۹,۲۹۳، توسعه زیست محیطی و عملکرد سازمان شهرداری ها ۷,۷۱۷ و توسعه اقتصادی عملکرد سازمان شهرداری ها برابر با ۱۲,۵۳۳ و توسعه زیست محیطی عرضه کننده برابر با ۲۰,۴۶۶ می باشد. همچنین رابطه میان توسعه زیست محیطی عرضه کننده و مزایای رقابتی با ضریب ۲,۱۶۶ و عملکرد مالی ۲,۵۴۵ معنادار می باشد. لازم به ذکر است که سطح ضریب بتای بیشتر از ۱,۹۶ نشان دهنده تأیید تأثیرگذاری مؤلفه های مورد مطالعه است.

- بررسی نیکویی برازش با استفاده از پارامترهای برازندگی

### بررسی رابطه میان مؤلفه‌های مدل شده

	... توسعه اقتصادی	... توسعه زیست مح	... توسعه زیست مح	... توسعه منابع مح	عملکرد مالی	مزایای رقابتی
... توسعه اقتصادی و عملکرد ساز						
... توسعه زیست محیطی و عملکرد						
... توسعه زیست محیطی عرضه ک					0.228	0.275
... توسعه منابع محیط زیست و عم						
عملکرد مالی						
مزایای رقابتی						
مسئولیت اجتماعی	0.688	0.526	0.811	0.916		

با توجه به نتایج حاصل شده در این قسمت مشاهده می‌شود میان مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی با توسعه منابع محیط زیست و عملکرد فرآیندهای داخلی سازمان‌های شهرداری‌ها با ضریب ۰,۹۱۶، توسعه زیست محیطی و عملکرد سازمان شهرداری‌ها ۰,۵۲۵ و توسعه اقتصادی عملکرد سازمان شهرداری‌ها برابر با ۰,۶۸۸ و توسعه زیست محیطی عرضه کننده برابر با ۰,۸۱۱ می‌باشد. همچنین رابطه میان توسعه زیست محیطی عرضه کننده و مزایای رقابتی با ضریب ۰,۲۷۵ و عملکرد مالی ۰,۲۲۸ معنادار می‌باشد.

### ضریب هم خطی متغیرها در مدل‌های موجود در مطالعه

	... توسعه اقتصادی	... توسعه زیست مح	... توسعه زیست مح	... توسعه منابع مح	عملکرد مالی	مزایای رقابتی
... توسعه اقتصادی و						
... توسعه زیست مح						
... توسعه زیست مح					1.000	1.000
... توسعه منابع مح						
عملکرد مالی						
مزایای رقابتی						
مسئولیت اجتماعی	1.000	1.000	1.000	1.000		

با توجه به مقادیر مشاهده شده در خصوص آماره VIF می‌توان بیان نمود که هریک از روابط مشاهده شده در مدل در مقدار عددی کمتر از ۵ بوده و در نهایت می‌توان بیان نمود که مدل‌های ارائه شده در این هم خط نبوده و فرض وجود رگرسیون کاذب منتفی می‌شود، در نهایت می‌توان نتایج حاصل شده را قابل اعتماد ارزیابی نمود.

شاخص‌های برازندگی و نیکویی در مدل برازش یافته

	Saturated Model	Estimated Mo...
SRMR	0.107	0.119
d_ULS	7.650	9.423
d_G1	4.312	4.486
d_G2	3.877	4.052
Chi-Square	1,529.529	1,578.838
NFI	0.411	0.392

شاخص NFI در مقدار عددی ۰,۴۱۱ می‌باشد، همچنین شاخص کای دو نشان دهنده اختلاف معنادار میان متغیرهای مدل شده است، همچنین شاخص ریشه مربعات حاصل از تفاوت بین ماتریس کواریانس<sup>۲</sup> در مقدار عددی ۰,۱۰۷ می‌باشد، مقادیر کمتر این متغیر بیانگر میانگین تفاوت ماتریس واریانس و کواریانس است. این شاخص نیز هر چه کمتر باشد نشان از نیکوتر بودن مدل است. به‌طورکلی با توجه به نتایج مشاهده شده در این قسمت می‌توان مدل را نیکو ارزیابی نمود.

### نتیجه‌گیری

در شرایط افول اخلاقی توجه عموم جامعه به رعایت اصول اخلاقی توسط سازمان‌ها بیشتر می‌شود. ارزش‌های درون‌سازمانی مانند رعایت اصول اخلاق کسب‌وکار که در شرایطی که اخلاق بر جامعه حاکم است کمتر مورد توجه عموم مردم است، در شرایط افول اخلاقی از فاکتورهای اساسی در بهبود عملکرد سازمان (مشروعیت اجتماعی و مزیت رقابتی) می‌باشد. و رعایت مسئولیت اجتماعی توسط سازمان‌ها نقشی محسوس در کسب مشروعیت و مزیت رقابتی در جامعه ایفا خواهد کرد.

نوع بشر ده هزار سال در پی آن بود که خود را در مکانی خارج از قلمرو طبیعت جای دهد. بسیاری از مردم هنوز هم به این اعتقاد هستند که بشر موجودی جدای از طبیعت است و جهان را مسخر خود می‌دانند و با این طرز فکر معتقدند که ما هرچه مطلوب طبعمان است می‌توانیم انجام دهیم. به مرور زمان اندک‌اندک بر تعداد افرادی که این طرز تفکر را ملاک فعالیت خود می‌دیدند کاهش یافت و با آموزش و اطلاع‌رسانی همگان به این مهم رسیدند که نجات محیط‌زیست نیاز به تلاش همگانی دارد.

<sup>2</sup> SRMR



## منابع

- بادآور نهندي، یونس؛ برادران حسن زاده، رسول؛ جلالی فر، ژيلا، ۱۳۹۳. بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مدیریت بهره‌وری، سال هفتم، شماره ۲۸.
- حاجی آقائی کشتلی، مصطفی؛ سید محمود حسینی امیری و زهرا خراسانی اجبار کلایی، ۱۳۹۴، بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی سازمانی با عملکرد سازمانی با توجه به نقش متغیرهای میانجی مزیت رقابتی شهرت سازمانی و رضایت شغلی (مطالعه موردی: صنایع مواد غذایی شهرستان آمل)، اولین همایش بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه، تهران، موسسه علمی کیان پژوهان.
- حسن‌پور، محمد؛ سعید زینالپوراهرای؛ رضا حسن‌پور و حسین زکی زاده قریه علی، ۱۳۹۵، بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت با توجه به نقش توسعه تأمین‌کنندگان زیست‌محیطی، دومین کنفرانس بین‌المللی یافته‌های نوین علوم و تکنولوژی، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
- رحیمی، علی، ۱۳۸۸. انسان، توسعه، محیط‌زیست، مجله علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- شریفی، سیدرحیم و محسن اعظمی، ۱۳۹۵، بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی مزیت رقابتی، شهرت سازمانی و رضایت مشتری، دومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی پایدار ایران، تهران، موسسه آموزش عالی مهر اروند، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.
- عبدلی، محمدعلی؛ بدقار، امیرمحمد، ۱۳۹۰. انرژی، توسعه و محیط‌زیست، دانشکده محیط‌زیست دانشگاه تهران.
- فتحی، زبیر؛ کیومرث سهیلی؛ علیرضا مرادی و ادريس کریمی، ۱۳۹۴، بررسی مسئولیت اجتماعی کسب‌وکار و جایگاه محیط‌زیست در سازمان از دیدگاه *WTO*، سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران، موسسه همایشگران مهر اشراق.
- موسوی، میرتضی؛ عسگر پاکرام و خسرو محمدپور، ۱۳۹۵، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی سرمایه فکری در سازمان تبلیغات اسلامی شمال غرب کشور، دومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی، شهرکرد، دانشگاه پیام نور واحد شهرکرد،
- یزدچی، ایوب، ۱۳۸۳. بررسی ارتباط کارآمدی زیست‌محیطی با افزایش و بازده دارایی‌های شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز.
- Ağan, Y., Kuzey, C., Acar, M. F., & Açıkgöz, A. (2016). *The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance. Journal of Cleaner Production, 112, 1872-1881.*
- Bai, C., Sarkis, J., 2010. *Green supplier development: analytical evaluation using rough set theory. J. Clean. Prod. 18, 1200e1210.*
- Cavazotte, F., & Chang, N. C. (2016). *Internal corporate social responsibility and performance: A study of publicly traded companies. BAR-Brazilian Administration Review, 13(4).*

- Freeman, R.E., 1984. *Strategic Management: a Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.
- Frooman, J (1997). "Socially Irresponsible and Illegal Behavior and Shareholder Wealth". *Business & Society*. 1997 .36(3). PP: 221-2۴۹.
- Fu, X., Zhu, Q., Sarkis, J., 2012. Evaluating green supplier development programs at a telecommunications systems provider. *Int. J. Prod. Econ.* 140, 357e367.
- Jabbour, A.B.L.D.S., Jabbour, C.J.C., Latan, H., Teixeira, A.A., de Oliveira, J.H.C., 2014. Quality management, environmental management maturity, green supply chain practices and green performance of Brazilian companies with ISO 14001 certification: direct and indirect effects. *Transp. Res. Part E: Logist. Transp. Rev.* 67, 39e51.
- Krause, D.R., Scannell, T.V., Calantone, R.J., 2000. A structural analysis of the effectiveness of buying firm's strategies to improve supplier performance. *Decis. Sci.* ۳۱, ۳۳۰۵۵.
- Lee, S.Y., Klassen, R.D., 2008. Drivers and enablers that foster environmental management capabilities in small-and medium-sized suppliers in supply chains. *Prod. Oper. Manag.* 17, 573e586.
- Rao, P., 2002. Greening the supply chain: a new initiative in South East Asia. *Int. J. Oper. Prod. Manag.* 22, 632e655.
- Reverte, C., Gómez-Melero, E., & Cegarra-Navarro, J. G. (2016). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: evidence from Eco-Responsible Spanish firms. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2870-2۸۸۴.
- Searcy, C., Dixon, S. M., & Neumann, W. P. (2016). The use of work environment performance indicators in corporate social responsibility reporting. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2907-2921.
- Tuczek, F., Castka, P., & Wakolbinger, T. (2018). A review of management theories in the context of quality, environmental and social responsibility voluntary standards. *Journal of Cleaner Production*, 176, 399-416.
- Türker, D., 2009. Measuring corporate social responsibility: a scale development study. *J. Bus. Ethics* 85, 411e427.