

بازنمایی مسؤلیت اجتماعی شرکت صنعت نفت و گاز در

تجارب اجتماع محلی

مطالعه مورد: شهرستان کنگان (پارس میانی)

محمد زاهدی اصل*، سید مجید حسینی**

محمود جمعه پور***، ابوتراب طالبی****

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۵

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت از مؤلفه‌های جدید در گفتمان پایداری شرکت‌ها محسوب می‌گردد که امروزه در گفتمان‌ها و اعمال شرکت‌ها، مفهوم محوری شده و بازگوکننده مسؤلیت سازمان‌ها و شرکت‌ها در قبال تأثیرات و فعالیت‌هایش بر جامعه است. پژوهش حاضر با هدف واکاوی مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی انجام شده است. این پژوهش با رویکرد کیفی؛ از استراتژی تحلیل محتوایی موضوعی با رویکرد استقرایی استفاده کرده است. جامعه آماری تحقیق ساکنین اجتماع محلی شهرستان کنگان است که تعداد ۳۵ مشارکت‌کننده با استفاده از اشباع نظری و نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. پس از انجام دادن مصاحبه، کدهای به‌دست آمده در بخش‌های مختلف تجزیه و تحلیل شد. پس از مشخص شدن مفاهیم و مقوله‌ها، مضمون اصلی به دست آمد. مضمون اصلی عبارت بود از "عدم نهادینه شدن مسؤلیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی". یافته‌ها نشان داد عدم نهادینه شدن مسؤلیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز از بی‌تعهدی قانونی شروع شده و متعاقب آن منجر به بی‌تعهدی در حوزه‌های اساسی و متأثر از محیط زیست، عدم توجه به اقتصاد بومی، توسعه رفاه عمومی - اجتماعی حداقلی و دغدغه مندی کم‌رنگ در فعالیت‌های بشردوستانه و اخلاق‌مداری ضعیف در اجتماع محلی شده است. درحالی‌که نهادینه‌سازی مسؤلیت اجتماعی شرکت توسط صنعت نفت و گاز قبل از هرگونه تصمیم و اقدام توسعه صنعتی، به مدیریت پیامدها و تحقق اهداف توسعه پایدار کمک خواهد کرد.

واژه‌های کلیدی: مسؤلیت اجتماعی شرکت، اجتماع محلی، توسعه صنعتی نفت و گاز، پارس میانی

zahediasl@atu.ac.ir

* استاد مددکاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

** دانشجوی دکتری مددکاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

seyyedmajidhosseini1@gmail.com

mahjom43@gmail.com

*** استاد برنامه ریزی اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

tatalebi@yahoo.com

**** دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

بیان مسئله

توسعه و اجرای طرح‌های صنعتی همواره با آثار و پیامدهای^۱ سازنده و مخرب بر محیط طبیعی، ساختار و نظام اجتماعی- فرهنگی و جوامع همراه بوده است و تأثیرات ژرفی بر جوامع محلی پیرامونی صنعت بر جای می‌گذارد. منطقه پارس میانی (شهرستان کنگان) از جمله مناطقی است که حدوداً از دو دهه گذشته بر اثر توسعه صنعت نفت و گاز تغییرات متعددی را تجربه کرده است. تصمیم‌ها و فعالیت‌های این صنعت عظیم به‌طور وسیعی جامعه میزبان را تحت تأثیر قرار داده است. هرچند توسعه صنعت نفت و گاز در این مناطق نفت‌خیز دست‌کم به رشد برخی زیرساخت‌ها و امکانات آموزشی، رفاهی و اقتصادی کمک نموده است اما مسائل و مشکلاتی برای این مناطق ایجاد کرده است. بررسی‌های انجام شده از مناطق نفتی ایران، نشان از ابعاد گسترده مسائل اجتماعی، اقتصادی، روانی و زیست‌محیطی دارد که نشان‌دهنده آثار و پیامدهای مخرب صنعت در جوامع محلی است.

تنها شیوه مدیریت این پیامدها برای صنایع نفت و گاز در رویکردی به نام "مسئولیت اجتماعی شرکت"^۲ نمود پیدا می‌کند. این مؤلفه مهم در موفقیت در هر سطح و ابعادی در شرکت، نقش مهمی ایفا می‌کند، که به معنای تعهد در انجام کار و پذیرش پیامدها و نتایج آن است. بر این اساس جهانی‌سازی، رقابت پیچیده‌ای را به حوزه کسب‌وکار معرفی کرده است که در نتیجه آن تبدیل به مسئولیت هر سازمان تجاری شده است تا ضمن سودآوری، یک نگرانی باقی بماند و آن اقدام مسئولانه در زمینه‌های مختلف در حوزه کاری است. ماهیت یک سازمان تجاری در پس‌زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی است که در جامعه بهتر درک می‌شود (Diboye-Suku & Onuoha, 2020: 97). به عبارتی طی چند دهه گذشته، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به یک بخش

-
1. consequences
 2. Corporate Social Responsibility

اساسی در فعالیت‌های کسب‌وکار تبدیل شده است و تقریباً در کل حوزه‌های کسب‌وکار، علاقه، بحث و مناقشه زیاد به دست آورده است (Chiang et al, 2017: 2).

از آنجاکه انسان موجودی اجتماعی است و به‌تنهایی قادر به برطرف کردن نیازهای خود نیست، جهت تأمین نیازهای مادی و معنوی نیازمند مشارکت و همکاری با دیگران و ناگزیر از حیات اجتماعی است. بر این اساس مردم سازمان‌ها را به وجود می‌آورند تا با استفاده از قدرت گروهی، هدف‌های مشترک خود را دنبال کنند. درانتهای پیگیری این هدف‌ها، سازمان‌ها در بستر بزرگ‌تری که جامعه نامیده می‌شوند با یکدیگر تعامل دارند. شرکت‌ها برای این‌که به اهداف خود نائل شوند مجبور هستند با بخش‌ها و گروه‌های دیگر در جامعه ارتباط داشته و خود را ملزم به ارضای نیازهای آن‌ها بدانند.

بدین جهت می‌توان گفت نه سازمان می‌تواند خود را از جامعه جدا کند نه جامعه می‌تواند بدون شرکت زندگی نماید. از نتایج این رابطه جدایی‌ناپذیر این است که هر تصمیمی که شرکت اتخاذ نماید یا به هر اقدامی که مبادرت ورزد به‌گونه‌ای روی اجتماع تأثیر می‌گذارد و از طرفی هرگونه برداشت و تلقی که جامعه از تصمیمات و اقدامات شرکت کند، روی اعتبار شرکت تأثیر می‌گذارد (هاشمی و همراهی، ۱۳۹۴: ۳۲).

بر این اساس پرداختن به مسؤلیت اجتماعی شرکت از موضوعات حائز اهمیت به شمار می‌رود زیرا کاملاً واضح است که هر تصمیم شرکت می‌تواند طی روندی سلسله وار سرنوشت تمامی نهادهای جامعه را دیر یا زود دستخوش تغییر کند.

یکی از مسائل و مشکلات اجتماعی که در طی سال‌های اخیر توجه بسیاری از صاحب‌نظران حوزه علوم اجتماعی و رفتاری را به خود جلب نموده است عدم پابندی و توجه شرکت‌ها به مسؤلیت اجتماعی است که این مسئله در کشور ما به خاطر شرایط خاص و مناطق خاص (نظیر منطقه اقتصادی انرژی پارس) و نیاز به توسعه صنعتی^۱ به‌ویژه توسعه صنعت نفت و گاز از اهمیت بیشتری برخوردار است زیرا هر پروژه

صنعتی که در بستر اجتماع صورت می‌گیرد با شرایط اجتماعی این جوامع در تعامل است. همین شرایط با توجه به ماهیت پروژه، پیامدهای اجتماعی و تغییراتی را در زندگی افراد ایجاد می‌کند. این پیامدها به‌ویژه در جوامع میزبان (اجتماع محلی) پروژه‌های صنعت نفت و گاز، عمیق‌تر است و پیامدهای زیادی در شعاع وسیعی از خود به‌جا خواهد گذاشت (جمعه پور، ۱۳۹۵: ۴۷۳).

پروژه‌های صنعتی عمدتاً با دیدگاهی اقتصادی و بدون توجه به آثار و پیامدهای اجتماعی آن صورت گرفته است. در نظر نگرفتن شرایط اجتماعی، فرهنگی و محیط‌زیست اقدامات توسعه‌ای در بسیاری موارد سبب شده تا نه تنها پروژه‌های صنعتی به اهداف اولیه خود دست نیابند، بلکه با تداوم آن‌ها زندگی ساکنین پیرامونی صنعت با خطر مواجه گردد (طالبیان و عمرانی، ۱۳۸۷: ۴). از جمله می‌توان به آلودگی محیط‌زیست، بیماری، شیوع مسائل و آسیب‌های اجتماعی، تضعیف هنجارهای اجتماعی در اجتماع محلی و... اشاره کرد.

بر اساس این دیدگاه، مدیران صنعت علاوه بر این که باید به منافع شرکت توجه و آن را تأمین نمایند، به موضوعات دیگری نظیر محیط‌زیست، اقتصاد، رفاه اجتماعی، علایق و آسایش جامعه پیرامونی صنعت نیز، باید توجه نمایند. اگرچه شرکت‌ها تلاش می‌کنند منافع خود را به حداکثر برسانند اما نباید از پیامدها و تأثیرات خود بر جامعه غفلت نمایند، زیرا غیر از سهامداران، ذی‌نفعان دیگری هم دارند که بایستی منافع آنان را در نظر بگیرند. اقداماتی که برای ذی‌نفعان صورت می‌گیرد در قالب مسئولیت اجتماعی شرکت است.

بنابراین، مسئولیت اجتماعی شرکت وسیله‌ای است برای بحث در مورد تعهدات یک کسب‌وکار نسبت به جامعه بلافصل آن. روشی برای ایجاد وسیله‌ای به‌منظور اجابت این تعهدات و نیز ابزاری برای شناسایی منافع متقابل منتج از آن. (کاووسی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۱).

بازنمایی مسؤلیت اجتماعی شرکت صنعت نفت و گاز ... ۲۰۳

با توجه به این که مسؤلیت اجتماعی شرکت یعنی مسؤلیت یک سازمان در قبال تأثیرات و پیامدهای تصمیمات و اقداماتش بر جامعه و محیط زیست، بهداشت و رفاه جامعه و تطابق با قوانین و هنجارهای رفتاری است و این که شهرستان کنگان میزبان عظیم ترین صنایع گاز و پتروشیمی کشور است و به عنوان پایتخت اقتصادی ایران نامیده می شود. در حال حاضر این پارس میانی فازهای ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۹ و فاز ۲۲، ۲۳، ۲۴ و چند طرح بزرگ L.N.G را در برمی گیرد؛ همین موضوع سبب جذب سرمایه های عمده ای در بخش های مختلف اقتصادی در سطح شهرستان گردیده و چهره قدیمی و سنتی آن را به یک منطقه صنعتی و اقتصادی جدید تبدیل نموده است.

محل اجرای این بخش عظیم از پروژه های پالایشگاهی پارس میانی که بزرگی آن دو برابر منطقه پارس جنوبی (عسلویه) است، جمعیتی حدود ۱۰۷۸۰۱ هزار نفر دارد، این پروژه نفت و گاز طیف زیادی از افراد و جوامع را تحت پوشش دارد و نواحی بسیاری از اثرات مثبت و منفی این پروژه تأثیر پذیرفته اند. اکنون با توجه به اهمیت پیامدهای چنین پروژه عظیم صنعت نفت و گاز، شناخت و فهم ساکنین اجتماع محلی^۱ در مورد مسؤلیت اجتماعی صنعت دارای اهمیت بوده تا به شناخت مسؤلیت اجتماعی شرکت نفت و گاز در سطح اجتماع محلی پارس میانی پی ببریم.

با توجه به این که منطقه کنگان یکی از قطب های کلیدی صنایع نفت و گاز کشور است، لزوم توجه به مقوله مسؤلیت اجتماعی شرکت در اجتماع محلی نقش حیاتی دارد. این تحقیق به دنبال واکاوی مسؤلیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز از نگاه ساکنین اجتماع محلی است که حداقل بیش از یک دهه است که توسعه صنعتی را در نزدیکی اجتماع محلی خود تجربه کرده اند. پژوهش حاضر؛ به دنبال پاسخ دادن به این سؤال پژوهشی بود که مسؤلیت اجتماعی شرکت صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی کنگان (پارس میانی) چگونه بازنمایی می شود؟

1. Local community

اهمیت و ضرورت انجام چنین پژوهشی در این است که مسئولیت اجتماعی شرکت در دنیای کسب و کار امروز پیوندی قوی با توسعه پایدار دارد؛ مسئولیتی که شرکت‌ها طبق آن، علاوه بر مسئولیت سازمانی، از طریق رفتارهای اصلاحی و مدیریت پیامدهای ناشی از تصمیمات یا اقدامات خود در قبال ذینفعان^۱ (به‌ویژه جامعه محلی) پرداخته و به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک نمایند. همچنین با انجام چنین پژوهش‌هایی موضوع‌های اساسی و اولویت دار منطبق با میدان مطالعه شناسایی می‌گردند و می‌توانند برای صنعت نفت و گاز به‌عنوان موضوع‌های اساسی اولویت‌دار انتخاب گردند. انجام چنین پژوهش‌هایی مسیر و چارچوب‌های لازم، برای اجرای نقش‌های سازنده را در اختیار صنعت نفت و گاز قرار می‌دهد.

پیشینه تجربی

کیانی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به بحث نظریه‌های علمی و نقش شرکت نفت و گاز گچساران در چارچوب مسئولیت‌های اجتماعی پرداخته است، روش تحقیق این مقاله بر اساس تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای بوده است. نتایج تحقیق نشان داد که این شرکت در قلمرو مسئولیت‌های اجتماعی نتوانسته مردم را قانع نماید اما بعضی کمک‌های عام‌المنفعه در قالب‌های مختلف زیستی، آموزشی و ساخت جاده را انجام داده است.

ایمان و پذیرافکن، (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان درک معنایی زنان منطقه عسلویه از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، با روش کیفی مردم‌نگاری انتقادی، تکنیک مصاحبه نیمه ساختاریافته همراه با مشاهده را انجام داده‌اند. با در نظر گرفتن ترکیب سن، جنس، شغل تأهل و عنصر بومی بودن، ۱۵ زن ساکن منطقه به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. از داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، آسیب‌های اجتماعی، توانمندسازی زنان،

1. stakeholder

سلامت و محیط‌زیست و توسعه و رفاه اجتماعی استخراج شد. نتایج نشان داد که زنان منطقه از رونق اقتصادی و برخی موقعیت‌های پیش آمده برای توانمندسازی زنان، ارزیابی مثبتی داشته‌اند، اما عملکرد شرکت‌ها در خصوص مسؤلیت اجتماعی شرکتی شان را منفی ارزیابی کرده‌اند.

اندرسون و همکاران تحقیقی با عنوان نقش مسؤلیت اجتماعی شرکت در شرکت نفت "گسترش به مناطق جدید" انجام دادند. هدف این مطالعه بررسی نقش مسؤلیت اجتماعی شرکت در استراتژی کلی کسب‌وکار و عملکرد آن در رابطه با توسعه نفت در جزایر فارو و نیز بررسی فواید به‌کارگیری مسؤلیت اجتماعی به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از استراتژی کسب‌وکار در هنگام فعالیت در مناطق و فرهنگ‌های جدید بود. یافته‌ها حاکی از آن است که آگاهی شرکت بریتیش پترولیوم^۱ از رابطه بین سرمایه‌گذاری با مسؤلیت اجتماعی و شهرت، که با تمایل آن‌ها به تأثیر مثبت بر جوامعی که در آن فعالیت می‌کنند، مرتبط است، بدان معنی است که مسؤلیت اجتماعی شرکت، یک مؤلفه مهم استراتژی تجاری آن‌ها است. مسؤلیت اجتماعی شرکت در استراتژی کسب‌وکار شرکت بریتیش پترولیوم تعبیه شده است زیرا آن‌ها مسؤلیت اجتماعی را "کار درستی" می‌دانند (Anderson et al, 2005).

دو و همکاران پژوهشی با عنوان تلاش برای ایجاد مشروعیت از طریق مسؤلیت اجتماعی شرکت، تحقیقی از شرکت‌های نفتی انجام دادند. با استفاده از روش مطالعه موردی، این تحقیق به بررسی ویژگی‌های استراتژی‌های مسؤلیت اجتماعی و تاکتیک ارتباط مسؤلیت اجتماعی شش شرکت نفتی با تحلیل محتوای وب‌سایت ۲۰۱۱-۲۰۱۲ می‌پردازد. آن‌ها دریافتند که هر شش شرکتی که مشغول فعالیت‌های مسؤلیت اجتماعی بودند نیازهای ذینفعان مختلف را برطرف کرده و مشارکت‌های متقابل داشتند. اطلاعات مسؤلیت اجتماعی در وب‌سایت‌های این شرکت‌ها به راحتی قابل دسترسی بود، که اغلب

شامل استفاده از فناوری‌های چندرسانه‌ای و گاهی اوقات سیستم‌عامل‌های رسانه‌های اجتماعی نیز می‌شد. علاوه بر این، برای تقویت اعتبار پیام‌های مسئولیت اجتماعی، این شرکت‌ها از تاکتیک‌های مختلفی مانند استدلال‌های واقعی و پیام‌های دوطرفه استفاده کردند. به طور خلاصه، این تحقیق از همبستگی بین استراتژی کسب‌وکار، اقدام‌های مسئولیت اجتماعی و ارتباطات مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نفتی، از تلاش برای دستیابی به مشروعیت در یک محیط بحث‌برانگیز، پرده برمی‌دارد (Du & Jr, 2012).

دومیترو^۱ و همکاران پژوهشی باهدف تعیین میزان شفافیت در مورد ارتباطات در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط شرکت‌های رومانیایی انجام دادند. در این تحقیق از شرکت‌های ذکر شده در بخش اول بورس اوراق بهادار بخارست استفاده کردند. با توجه به اینکه در رومانی هیچ گزارشی اجباری از چنین اطلاعاتی وجود ندارد، بررسی کردند که چقدر شرکت‌های دولتی رومانی داوطلبانه در سایت‌های خود چنین افشاگری‌هایی دارند. به طور خاص، هدف از این مطالعه شناسایی وجود یا عدم وجود نگرانی‌های گسترده در مورد اقدامات "مسئولیت اجتماعی" برای شرکت‌های پذیرفته‌شده در رومانی و چگونگی جابجایی آن‌ها در یک یا چند بُعد (اقتصادی، اجتماعی، محیط‌زیست، ذینفعان و عام‌المنفعه) بود. روش پژوهش مورد استفاده از نوع مختلط (کمی و کیفی) بود. محققان نتیجه گرفتند که درجات مختلفی از به روزرسانی اطلاعات را مشاهده کردند و بعضی از شرکت‌ها اطلاعات را در زمان واقعی ارائه نکرده بودند. همچنین شرکت‌های تجاری در حوزه فعالیت غیرمالی میزان افشای بالاتری در سایت‌های خود نسبت به شرکت‌های خدمات مالی دارند. از این نظر، نتیجه گرفتند که ترجیح دادن به ترجیحات در شفافیت اطلاعات مسئولیت اجتماعی در سایت‌ها برای شرکت‌ها که توسط نوع مالکیت (رومانی یا خارجی) تحلیل می‌شوند، وجود دارد (Dumitru et al, 2011).

فیری و همکاران پژوهشی با عنوان تعامل متقابل ذینفعان و شیوه‌های مسؤلیت اجتماعی شرکت؛ شواهدی از بخش معدن مس زامبیا انجام دادند. هدف این مقاله واکاوی و نقد روابط ذینفعان اصلی و تأثیر آن‌ها بر فعالیت‌های مسؤلیت اجتماعی شرکت در صنعت مس در کشور زامبیا است. در این مقاله، نویسندگان، به‌طور خاص پویایی قدرت را در روابط ذینفع موردبررسی قراردادند و ۴۳ مصاحبه انجام‌شده با ذینفعان مختلف در بخش استخراج مس در کشور زامبیا در نظر گرفتند. این پژوهش به عدم تقارن‌های جدی در روابط بین دولت، جامعه مدنی و شرکت‌های معدنی پی برد که در اثر عوامل مختلفی مانند دسته‌بندی بین ذینفعان اصلی تشدید می‌شوند. صرف‌نظر از عدم توازن قدرت در بین ذینفعان، توان همکاری خلاق در سطح محلی نیز در اثر نبود چارچوب‌های محیطی و اجتماعی پذیرفته‌شده مشترک، شفافیت و مسؤلیت‌پذیری رهبری گروه‌های ذی‌نفع را با چالش‌هایی روبرو کرده بود. اما با وجود این، ناهمگونی‌ها، برخی فعالیت‌های محدود امکان‌پذیر هستند، مانند جامعه مدنی که ذینفعان غیرفعال گذشته را به همکاری دعوت می‌کند تا برتری خود را افزایش دهد و دولت را تقویت کند (Phiri et al, 2018).

شرکت نفت و گاز OMV در راستای رویکرد پایداری خود، علاوه بر سهامداران و مشتریان، به جامعه نیز توجه نموده است و توانسته فعالیت‌های اجتماعی در جوامع محل خدمت خود انجام دهد. پروژه کلیدی انجام شده در پاکستان در حوزه مسؤلیت اجتماعی از سال ۲۰۰۳ تا سال ۲۰۱۸ در زمینه توانمندسازی زنان برنامه‌هایی نظیر فرصت آموزشی برای دختران از جمله ایجاد اولین ساختمان دبیرستان، بورس تحصیلی برای دبیرستان‌ها و تحصیلات دانشگاهی، ایجاد فرصت برای مهندسين زن جوان جهت گذراندن کارآموزی دو ساله و کسب تجربه در محل کار این شرکت، ایجاد مهارت‌های کارآفرینی و بهبود وضعیت اقتصادی خانواده‌ها، بهبود مهارت‌های مدیریت مالی با ارائه آموزش‌های مالی و تأمین زیرساخت‌ها برای تأمین نیازهای اساسی جامعه محلی از جمله اقدامات مهم این شرکت بوده است (OMV, 2019).

گزارش عملکرد شرکت‌های پتروشیمی نوری و بندر امام در مورد مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد شرکت‌های پتروشیمی در حال توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت هستند و فعالیت‌هایی در این مورد داشته‌اند و مهمتر از همه این‌که در حال تلاش در جهت عملیاتی کردن این مفهوم در سطح شرکت هستند. تعیین موضوعات و مشخص کردن ذینفعان از موارد قوت در این گزارش‌هاست، اما گزارش‌ها نشان دهنده این هستند که شرکت‌ها ابتدا مسئولیت اجتماعی درون شرکتی، سپس ذینفعان کاری (فروشنندگان و خریداران) و در مرحله بعدی جامعه پیرامونی یا به عبارتی ذینفعان بیرونی را مدنظر قرار داده‌اند و این‌که برخی از اقدامات ذاتی شرکت‌ها جزء مسئولیت اجتماعی شرکتی در نظر گرفته شده است. همچنین گزارش نشان نداده است که نهادینه مند و برنامه محور بودن مسئولیت اجتماعی شرکتی در قبال اجتماع پیرامونی چگونه طراحی می‌شود و موضوعات اساسی در مسئولیت اجتماعی شرکت بر چه اساسی تعیین شده است و در این شاخص یعنی مسئولیت اجتماعی در قبال جوامع محلی نحوه تعامل شرکت با آن‌ها، تعداد افراد تحت پوشش طرح‌های شرکت، سنجش میزان اثر بخشی و رضایت جامعه محلی از اجرای طرح، تعداد دوره‌های آموزشی برگزار شده جهت توانمندسازی در راستای ارتقاء مهارت‌های کار، وضعیت دسترسی ساکنان جوامع محلی به ویژه اقشار آسیب‌پذیر، زنان و دختران به امکانات و منابع شرکت و... چگونه است (مسئولیت اجتماعی وزارت نفت، ۱۳۹۹).

بررسی پیشینه تحقیق نشان‌دهنده این است که تحقیقات متعددی به‌ویژه در کشور در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت در معنای کلی انجام شده اما تحقیقات اندکی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه محلی صورت گرفته است و این تحقیقات بیشتر با رویکرد اتیک یا اسنادی صورت گرفته که مفاهیمی چون محیط‌زیست، شفافیت و آموزش قابل دسترسی است. تحقیقی که صرفاً به مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه محلی پیرامونی صنعت از دیدگاه ساکنین آن اجتماع یعنی امیک پرداخته باشد بسیار محدود است. یکی از مواردی که این پژوهش را از سایر تحقیقات متمایز می‌کند نگاه به

مسؤلیت اجتماعی شرکت صنعت نفت در جامعه محلی با رویکرد کیفی و فهم موضوع از نگاه جامعه محلی است. این پژوهش در پی مفاهیمی نظیر اخلاق، قانون، فعالیت‌های بشردوستانه، رفاه اجتماعی و توجه به اقتصاد است که در پژوهش‌های قبلی نیامده است. انجام چنین تحقیقی از سوی محققان گامی در جهت حساس‌سازی سایر محققان جهت انجام پژوهش‌هایی با رویکرد امیک (واکاوی مسؤلیت اجتماعی شرکت در جامعه محلی پیرامونی صنعت نفت از دیدگاه آنان) است.

پیشینه نظری و مفهومی پژوهش

امروزه نقش و اهمیت مسؤلیت اجتماعی شرکت و اثرگذاری درخور ملاحظه آن بر ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی (درونی و بیرونی) باعث شده است تا این مفهوم به یکی از موضوعات درخور توجه صاحب‌نظران مسائل توسعه (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) تبدیل شده و در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع جایگاه تبیین‌کننده ویژه‌ای را به خود اختصاص دهد. این امر در جایگاه خود، باعث شکل‌گیری دیدگاه‌ها و نظریات متعددی در حوزه تعاریف، چارچوب مفهومی، مدل‌ها و ابزارهای تحلیلی معطوف به مسؤلیت اجتماعی شرکتی شده است.

رویکردهای نظری در توضیح این‌که چگونه سازمان‌ها به دنبال ایجاد همخوانی بین سیستم ارزشی خود و ذینفعان اصلی و جامعه می‌باشند، به‌طورکلی، حائز اهمیت هستند. به‌عنوان مثال، شفاف‌سازی و اقدامات مسؤلیت اجتماعی به‌عنوان ابزارهایی برای پاسخگویی، سطحی برای تأثیرگذاری و حتی دست‌کاری در درک ذینفعان در نظر گرفته می‌شود (Phiri et al, 2018: 4). به‌طوری‌که در طول دو دهه گذشته، مفهوم مسؤلیت اجتماعی شرکت مورد توجه بسیاری از محققان در رشته‌های مختلف قرار گرفته است (Marvan, 2015: 17). در خلال چند دهه اخیر سعی شده است

۱- منظور از درون سازمان و بیرون از سازمان (کارکنان شرکت و جوامع پیرامونی شرکت‌ها) است.

مسئولیت اجتماعی شرکت در قالب مدل‌هایی که اکثراً پیرامون مبحث کسب‌وکار و بیشینه‌سازی سود است یا موجودیت چندبعدی در خدمت منافع بزرگ‌تر اجتماعی را موردبررسی قرار دهند. این مدل‌ها به سه گروه اصلی تقسیم می‌شوند:

۱- مدل اقتصادی - اجتماعی

۲- مدل سهامدار

۳- مدل پایداری سه‌جانبه

گروه اول معرف الگویی سنتی است که عقیده دارد مسئولیت اجتماعی در کار یک فعالیت تک‌بعدی است که در آن تنها وظیفه کاری، ارائه کالا و خدمات به جامعه در برابر کسب سود است. آنان تأکید بسیاری بر هزینه درگیری اجتماعی کار داشته و سود را تنها معیار قضاوت در مورد کارآمدی یک عملیات شغلی می‌دانند و این واقعیت که کسب‌وکار بخشی از یک جامعه بزرگ‌تر با مسئولیت عام‌تر برای رسیدن به آن‌سوی دورنمای محدود سودآوری است را نادیده می‌گیرند (Basu & Palazzo, 2009: 33).

گروه دوم کسب‌وکار در یک شبکه اجتماعی را، کمک به رفاه کل جامعه و حمایت از این ایده می‌دانند که کسب‌وکار بخشی از یک جامعه بزرگ‌تر است و وظیفه دارد در کوتاه‌مدت به بیشینه‌سازی سودآوری برسد. این مدل‌ها تأییدکننده این واقعیت‌اند که بُعد دومی از نظریات معاصر در زمینه مسئولیت اجتماعی لازم است تا پیچیدگی وظایف اجتماعی شرکت‌های مدرن درک شود. توجیه این بُعد وسیع‌تر این است که مدیران نه تنها تصمیماتی می‌گیرند که ارزیابی آنان از نقش شرکت را منعکس می‌کند بلکه در این مورد نیز قضاوت می‌کنند که آیا در ارتباط با انجام وظایف اجتماعی سود یا هزینه‌های خالصی برای شرکت وجود خواهد داشت یا خیر؟ در برخی موارد ممکن است انجام وظایف اجتماعی در حوزه‌ای محدود یا گسترده، مثبت درک شود چراکه سود خالصی برای شرکت دارد از طرفی این برداشت استنباط می‌شود که انجام وظیفه اجتماعی ضمن مهم بودن می‌تواند هزینه‌ای بر شرکت تحمیل نماید (ناصری، ۱۳۹۱: ۴۸).

مک ویلیامز و دیگران^۱ اظهار داشتند که مسؤلیت اجتماعی به اقداماتی که توسط شرکت‌ها انجام می‌شود اشاره می‌کند که فراتر از منافع و سود شرکت و الزامات قانونی هستند، کالا و خدمات عمومی^۲ را تقویت می‌کنند (کالا یا خدمتی که به شیوه‌ای امکان‌پذیرتر، به تعداد زیادی از مردم منفعت می‌رساند؛ مثل هوای پاک، آب تمیز، باسوادی - برخی دسترسی به خدماتی مثل بهداشت و درمان را هم کالای عمومی در نظر می‌گیرند) (McWilliams et al, 2006: 1). بر اساس دیدگاه "کاری‌گا" و "مله" نظریه‌های مرتبط با مسؤلیت اجتماعی شرکت به چهار گروه کلی تقسیم می‌شوند: نظریه‌های ابزاری، نظریه‌های سیاسی، نظریه‌های یکپارچگی اجتماعی و نظریه‌های اخلاقی (کاری‌گا و مله، ۲۰۰۴).

دیدگاه جامعی توسط کارول^۳ ارائه شده است که مسؤلیت اجتماعی شرکتی را "فعالیت‌های اقتصادی با سود اقتصادی، تبعیت از قانون، حامی اخلاقی و اجتماعی" تعریف کرده است (Carroll, 1999: 270). به عبارت دیگر، بر اساس الگوی کارول، مسؤلیت اجتماعی شرکت از چهار بُعد مسؤلیت‌های اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و اختیاری (بشردوستانه) تشکیل شده است. این تعریف بین جنبه اقتصادی و جنبه غیراقتصادی رفتار مسئولانه اجتماعی، تمایز قائل شده است (Turker, 2009: 411-427). به عبارت دیگر، اولی به آنچه بنگاه برای خودش انجام می‌دهد، متمرکز می‌شود و دومی روی آنچه شرکت‌ها برای جامعه خود انجام می‌دهند متمرکز است (Carroll, 2000: 38) در کنار این تعریف جذاب، کارول استدلال کرد که جنبه اقتصادی شرکت چیزی است که به نفع جامعه هست، بنابراین این جنبه می‌تواند به عنوان مسؤلیت اساسی شرکت نسبت به جامعه در نظر گرفته شود (Carroll, 1999: 268).

1. McWilliams *et al*
2. Social Good
3. Carroll

ویلن و همکاران مسؤلیت قانونی را به عنوان برآوردن مسؤلیت اقتصادی شرکت در محدودیت‌های تعریف شده توسط نظام حقوقی یک کشور خاص بررسی کردند. در حقیقت، مسؤلیت حقوقی ممکن است شامل رعایت موارد قانونی مانند قانون مالیات، امنیت کارمندان یا استانداردهای زیست‌محیطی باشد (Ramasamy & Yeung, 2009: 119-132). مسؤلیت اخلاقی یک قدم جلوتر می‌رود که در آن فراتر از مسؤلیت‌های اقتصادی و حقوقی است (Garriga & Melé, 2004: 55). مسؤلیت اخلاقی شامل برآورده کردن انتظارات اجتماعی است که مستند به قانون نیست (به عنوان مثال انجام احترام به حقوق افراد در جامعه، درست، عادلانه و منصفانه. به عبارتی می‌توان گفت اخلاق از قانون پیشی می‌گیرد و شامل مواردی است که یا از طرف جامعه منع شده‌اند، با اینکه جامعه توقع پایبندی شرکت به آن‌ها را دارد با وجود آنکه به صراحت در قانون مشخص نشده‌اند.

ماتن^۱ و کرین^۲ ادعا کردند که مسؤلیت اختیاری (داوطلبانه/بشردوستانه) در قالب کمک‌های مالی با مسؤلیت اجتماعی برابر است (Matten & Crane, 2005: 170). همچنین، این مسؤلیت در سطح بالای مسؤلیت اجتماعی مشاهده می‌شود که شامل مشارکت داوطلبانه در حل مشکلات اجتماعی است (Grbac & loncaric, 2009: 143-158). مسؤلیت اختیاری (داوطلبانه) اشاره به اقدامات شرکت‌ها دارد که برای برآورده کردن انتظارات اجتماعی برای ارتقای کیفیت زندگی مردم اتخاذ می‌شوند (Carroll & Shabana, 2010: 85-105). این سطح مسؤلیت شامل فعالیت‌ها و رفتارهای اضافه‌ای است که در آن جامعه آن‌ها را مطلوب (به عنوان ابتکار اجتماعی، مشارکت در حل مشکلات اجتماعی) در نظر می‌گیرند (Tuan, 2012: 566). علاوه بر این مسؤلیت اجتماعی به رفتار شرکت‌ها در خصوص اخلاق تجاری اشاره می‌کند که شامل وظایف و تعهد به جامعه است.

1. Matten
2. Crane

اسناد بالادستی جهانی مسؤلیت اجتماعی شرکت مانند راهنمای گزارش دهی ۲۰۱۸، شاخص‌های مسؤلیت اجتماعی در حوزه‌هایی چون قانون، محیط‌زیست، کارکنان و جامعه محلی را مطرح کرده است. شکل‌گیری حوزه اجتماعی وزارت نفت و ایجاد امور مسؤلیت اجتماعی به همراه تعیین اسناد بالادستی در این حوزه در صنعت نفت، منجر به تصویب نظام نامه نحوه ایفای مسؤلیت اجتماعی در صنعت نفت در قبال جامعه پیرامونی صنعت گردید که زمینه را برای شروع مسؤلیت اجتماعی هموار نمود و بر این اساس شرکت‌های اصلی و فرعی تابعه وزارت نفت قادر به ایفای مسؤلیت اجتماعی شرکتی در قبال جامعه محلی خواه، بر اساس الگوی کارول، مسؤلیت اجتماعی شرکت از چهار بُعد مسؤلیت‌های اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و اختیاری (بشردوستانه) تشکیل شده است که بین جنبه اقتصادی و جنبه غیراقتصادی رفتار مسئولانه اجتماعی تمایز قائل شده است به عبارت دیگر، اولی به آنچه سازمان برای خودش انجام می‌دهد، متمرکز می‌شود، دومی روی آنچه شرکت‌ها برای جامعه خود انجام می‌دهند متمرکز است.

از آنجا که پژوهش حاضر بر مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی به عنوان یکی از ذینفعان، موضوعات و مسائل اصلی مسؤلیت اجتماعی متمرکز شده است از نظریه کارول، ماتن و کرین به عنوان مبنای نظری هدایت کننده سؤالات بهره برده است تا بر اساس برساخت معنایی ساکنین اجتماع محلی به شناسایی مقوله اصلی مسؤلیت اجتماعی شرکت از نگاه آنان دست یابد. با وجود رویکرد استقرایی پژوهش، محورهایی که بر اساس نظریه‌های قبلی مبنای سؤالات مصاحبه باشند مشخص گردید ولی محققان در زمان مصاحبه و تحلیل کاملاً نسبت به ظهور گزاره‌های جدید پذیرا بوده و خود را محدود به مضامین از قبل تعیین شده مبتنی بر نظریه نکردند.

سؤال پژوهش

مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز در تجربه اجتماع محلی، چگونه بازنمایی می‌شود؟

روش پژوهش

این پژوهش کیفی به منظور برساخت معنایی مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی انجام شده است و از رهیافت تفسیرگرایی اجتماعی که انسان را به مثابه موجودی فعال، خلاق و معناساز تعریف می‌کند که پیوسته در حال ساخت و ساز و معنادار کردن زندگی اجتماعی و واقعیت‌های اجتماعی روزمره است (محمدپور، ۱۳۹۲: ۵۰) استفاده کرده است. زیرا درک جهان اجتماعی از نقطه نظر سوژه‌های مورد بررسی و مفاهیمی که آن‌ها به دنیای اجتماعی و واقعیات خود می‌بخشند، تنها با روش کیفی قابل تفسیر است. در این تحقیق از رویکرد تحلیل محتوایی موضوعی از نوع متعارف^۱ با رویکرد استقرایی استفاده شد. تحلیل محتوایی موضوعی یک تکنیک شایع مورد استفاده در تحقیقات کیفی است که دارای سه رویکرد مجزا است: (متعارف، هدایت شده یا جهت دار و تجمعی).

هر سه رویکرد به تفسیر معانی محتوای متن داده‌ها می‌پردازند، بنابراین، به ماهیت طبیعت گرایانه منتسب هستند. فرق عمده این سه رویکرد در کدگذاری، منشا کدها و تهدیدهای مربوط به اعتمادپذیری است. در تحلیل محتوای متعارف یا قراردادی، طبقات کدها مستقیماً از متن داده‌ها استخراج می‌شوند. در رویکرد جهت دار، تحلیل یا با یک تئوری شروع می‌شود یا بر اساس یافته‌های تحقیقات مرتبط، به عنوان راهنمای کدگذاری اولیه شروع می‌گردد. در تحلیل محتوای تجمعی، تحلیل شامل شمارش و مقایسه است

و معمولاً" کلمات کلیدی یا محتوا، با تفاسیر بستر زیربنایی دنبال می‌شود (Fang Hsieh & Shannon, 2016: 1280؛ خلج آبادی فراهانی و سرایی، ۱۳۹۵:۳۲).

جامه آماری این تحقیق ساکنین منطقه کنگان (پارس میانی) است. با توجه به کیفی-اکتشافی بودن پژوهش، نمونه‌گیری‌های به‌کاررفته شده از حداکثر تنوع از بین مطلعین کلیدی محلی (شورای شهر و روستا، شهرداری، کارشناسان و روسای ادارات و سازمان‌های مختلف) و مردم بومی انتخاب شدند تا امکان کشف گوناگونی مسؤلیت اجتماعی شرکت افزایش‌یافته، ابعاد و ویژگی‌های مقوله‌ها غنی گردند. نمونه‌گیری کیفی به‌صورت هدفمند صورت گرفت. برای گردآوری اطلاعات لازم از مصاحبه‌های نیمه ساخت‌یافته و برای احتساب حجم نمونه از روش اشباع نظری استفاده گردید، بدین معنی که فرایند انجام مصاحبه تا آنجا پیش رفت که چیزی بر داده‌های قبلی اضافه نشد و نتایج جدیدی حاصل نگردید. در این مرحله تعداد ۳۵ نفر مصاحبه‌ها ادامه داشت تا اشباع نظری حاصل شد.

واحد تحلیل از یک کلمه تا یک جمله و یک پاراگراف متغیر بودند. پس از استخراج کدهای باز، بر اساس اشتراکات مفهومی به همراه معانی مشترک ظاهری در قالب مقوله اصلی، مضامین سازمان دهنده و مفاهیم، دسته‌بندی شدند. برای افزایش اعتبار، محقق ضمن درگیر بودن کامل با موضوع در همه مصاحبه‌ها و ایجاد ارتباط با مصاحبه‌شوندگان، پس از پایان هر مصاحبه برداشت از مصاحبه انجام شده به مصاحبه‌شونده بازخورد داده می‌شد تا از درستی آن اطمینان حاصل شود. همچنین از مثلث سازی^۱ یعنی مطالعه اسنادی مانند وب‌سایت شرکت‌های نفت و گاز مستقر در منطقه و مشاوره با سه محقق باتجربه اعتبار این پژوهش تأیید شد.

فرآیند کشف مضامین به شرح زیر بوده است: مطالعه مبانی نظری مسؤلیت اجتماعی، شناسایی مؤلفه‌ها و اجزای مربوط به مسؤلیت اجتماعی، برقراری ارتباط با

شرکت کنندگان پژوهش، اجرای مصاحبه نیمه ساخت یافته با شرکت کنندگان در پژوهش به منظور شناسایی مفاهیم و مضامین و مشخص نمودن مضمون اصلی پژوهش برخاسته از داده‌ها. ملاحظات اخلاقی نظیر رضایت آگاهانه، احترام به فرد و داشتن اختیار، آزادی فردی مشارکت کنندگان برای ترک پژوهش و عدم ضرررسانی به مشارکت کنندگان در تحقیق نیز رعایت گردید.

یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا توصیف ویژگی‌های عمومی مشارکت کنندگان در تحقیق ارائه شده سپس به توصیف و تحلیل بازنمایی مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت در جامعه محلی از دیدگاه آنان پرداخته که در شش مقوله ارائه گردیده است.

توصیف ویژگی‌های عمومی

جدول ۱- ویژگی‌های عمومی مشارکت کنندگان

فرآوانی	مقوله	ویژگی‌های جمعیت شناختی
۲۵	متاهل	تاهل
۱۰	مجرد	
۱۰	زن	جنسیت
۲۵	مرد	
۸	سن ۳۰ تا ۴۵ سال	توزیع سنی
۱۲	سن ۴۱ تا ۵۵ سال	
۱۵	سن ۵۵ سال به بالا	
۵	دیپلم و فوق دیپلم	تحصیلات
۲	کارشناسی و کارشناسی ارشد	
۲	دکتری	

بازنمایی مسؤلیت اجتماعی شرکت صنعت نفت و گاز ... ۲۱۷

در این پژوهش با ۳۵ نفر مصاحبه شد. حداقل سن شرکت‌کنندگان ۳۰ و حداکثر ۷۰ سال بود. از نظر تحصیلات نیز تنوعی از دیپلم تا دکتری بودند. اما بیشتر افراد تحصیلات کاردانی به بالا داشتند. از نظر وضعیت اشتغال نیز از حداکثر تنوع در بخش دولتی (آموزش و پرورش، اداره آب، برق، آموزش و پرورش، بهداشت و درمان و...) خصوصی و آزاد برخوردار بودند. همه مشارکت‌کنندگان بومی بوده و با توجه به سکونت در منطقه قبل از ایجاد انرژی پارس، با مسائل منطقه به خوبی آشنا بوده و می‌توانستند وضعیت حال و گذشته را ارزیابی کنند.

جدول ۲- مفاهیم و مقوله‌های مسؤلیت اجتماعی شرکت صنعت نفت و گاز در تجارب اجتماع محلی

مفاهیم	مقوله‌ها	مقوله اصلی
قانون‌گریزی صنعت در جذب افراد بومی؛ عدم پایبندی به پیوست‌های قانونی؛ قانون‌مند نبودن برنامه‌های صنعت؛ عدم مطالعه قبل از اجرای پروژه	بی تعهدی قانونی	عدم نهادینه شدن مسؤلیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی
عدم جلوگیری از انتشار آلودگی صنعتی در محیط طبیعی عدم ایجاد کمربند سبز آلودگی محیط‌زیست	عدم تعهد به محیط‌زیست	
از بین رفتن شغل‌های سنتی افزایش هزینه اقتصادی در اجتماع محلی	بی توجهی به اقتصاد بومی	
عدم برنامه‌ریزی از قبل و اجرای نامناسب برنامه‌های آموزشی-اجتماعی اقدامات ضعیف و موردی بودن حوزه‌های رفاهی عدم مشارکت با اجتماع محلی	توسعه رفاه عمومی - اجتماعی حداقلی	
عدم ارائه برنامه‌ها و اقدامات ابتکاری همسو با انتظارات اجتماع فعالیت نودوستانه و داوطلبانه محدود	دغدغه مندی کم‌رنگ در فعالیتهای نوع دوستانه	
در نظر نگرفتن ارزش‌ها و هنجارهای جامعه محلی عدم شفاف سازی اهداف و اقدامات صنعت	اخلاق‌مداری ضعیف	

مضمون‌های استخراج شده

تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از مشارکت کنندگان در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت در جامعه محلی، منجر به استخراج مفاهیم و مقوله‌های زیر گردید:

مضمون اصلی این تحقیق عبارت بود از "عدم نهادینه شدن مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی". با توجه به مصاحبه‌های انجام شده، سایر مضامین عبارت‌اند از: "بی‌تعهدی قانونی"، "عدم تعهد به تأثیرات محیط‌زیست"، "بی‌توجهی به اقتصاد بومی"، "توسعه رفاه عمومی - اجتماعی حداقلی"، "دغدغه مندی کم‌رنگ در فعالیت‌های نوع دوستانه" و "اخلاق‌مداری ضعیف". تمام این مضامین با یکدیگر در ارتباط بوده و به خواننده در فهم واقعیت مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی کمک می‌کنند.

۱- بی‌تعهدی قانونی

یکی از اصول بنیادین مسئولیت اجتماعی شرکت، احترام به قانون و مطابقت با الزامات آن است. اصل بر این است که یک شرکت احترام به قانون را به‌عنوان یک الزام مدنظر داشته باشد. در این خصوص برتری با قانون است و هیچ فرد یا سازمانی بالاتر از قانون وجود ندارد. در مسئولیت اجتماعی شرکتی، احترام الزام به قانون یعنی فعالیت‌های یک شرکت با قانون مطابقت داشته باشد. یکی از اصلی‌ترین موضوعاتی که بیشتر مصاحبه‌شوندگان روی آن تأکید داشتند بی‌تعهدی صنعت نفت و گاز در بُعد قانونی مسئولیت اجتماعی در زمینه جذب افراد بومی مطابق قانون و مقررات است. آنان معتقدند که صنعت از زمان شروع کار در منطقه تاکنون نتوانسته خواسته افراد بومی در زمینه اشتغال را مطابق قانون فراهم نماید و برنامه قانونمندی را مصوب و اجرا کند:

"تو حوزه اشتغال بحث ۵۰ درصد نیروی بومی هنوز ما به اون سقف نرسیدیم

الان حدود شاید بیست تا سی درصد این موضوع که محقق شده بعضی از شرکت‌ها

بیشتر هست و بعضی شرکت‌ها هم خیلی پایینه و میانگین همین بیست تا سی درصد هست. کارخونه سیمان بالاترین میانگین حضور داشته که جای تشکر دارد از این شرکت که حدود ۷۰ درصد نیروهاش بومی هستن ولی شرکت‌های دیگرنه خیلی سخت میشه آمار اونها را حدود ۳۰ درصد میشه متصور شد" (مصاحبه شونده، شماره ۶).

شرکت‌کنندگان دیگری در مورد عدم اجرای قانون توسط صنعت نفت، توجه نکردن صنعت به پیوست‌های اجتماعی و فرهنگی قوانین کشور از جمله قانون برنامه پنجم و ششم توسعه اشاره داشتند که برای صنعت الزام‌آور اما از طرف صنعت رعایت نشده است:

"قانون کشور ما پیوست‌های سلامت و محیط‌زیست برای صنعت دارد که تو قانون‌های مختلف و سال‌های مختلف مثل برنامه پنجم و ششم هم اومده که بایستی پایبند باشن و مشخص نیست که چقدر پایبند هستن. البته از کارشون مشخصه که پایبند نیستن. بزرگ‌ترین درخواست از صنعت، درصد آلاینده‌گی است که بایستی پرداخت کنند. نسبت به سهمی از آلاینده‌گی که ایجاد می‌کنند درصدی باید بابت آن پرداخت کنند" (مصاحبه شونده، شماره ۳۲).

موضوع دیگری که برخی از شرکت‌کنندگان در خصوص اجرای قانون به آن اشاره داشتند مبحث پرداخت مالیات توسط صنعت است. در این زمینه معتقد بودند:

"حالا پرداخت‌های آلاینده‌گیشون چندین سال میگفتن آقا ما معافیم بعد مصوبه مجلس اومد که نه باید بدن حالا میدان ولی اون چیزی که برای توسعه شهر باشه، نه، چه دادنی. هم بحث ارزش افزوده هست هم بحث آلاینده‌گی که بایستی پرداخت کنن. اینا را میدان به حوزه دارایی کشور سهم هر استان و استان تقسیم میکنه قبلا شهرستانی بود و به شهرستان مستقیم می‌دادند. حالا شده استانی و استان تقسیم می‌کنه، مشکلاتی تو حوزه پرداختی وجود دارد" (مصاحبه شونده، شماره ۴).

برخی شرکت‌کنندگان معتقد بودند قانونمند نبودن صنعت در حوزه مسؤلیت اجتماعی منجر به کارهای سلیقه‌ای و روزمره توسط صنعت شده و این اقدامات

نجات‌دهنده آن‌ها از مسائل و سختی‌ها نخواهد بود. تنها راه نجات اجتماع محلی از پیامدهای ایجاد شده توسط صنعت را قانونمند نمودن برنامه‌ها در حوزه اجتماعی و اقتصادی می‌دانند:

"حالا اینجا ای کار کردن اونجا ای کارو کردن. همش روزمرگی است، روزمرگی هم دست‌خاصه یه مدیره، کیف‌کنه به مدرسه بده کیف‌کنه نمی‌ده. راه نجاتمون برنامه‌های قانون منده. اگه بخوان نجات مون بدن ای کارو بکنین ای راهش خیلی هم به نفع خودشونم بود یعنی خودشون هم از دادن بودجه‌های اضافی الان می‌بینی چیه خیلی عذر می‌خوام الان هر کی زورش می‌رسه بیشتر از شرکت می‌گیره ده میلیون به ای میدان پنج میلیون به ای میدان می‌خوان خونوادهاشونو ببرن مشهد میان از فلان می‌گیرن ملعبه بازی و گرنه که بودجه آقا یه دستورالعمل بوده آقا سالی مثلاً ۵۰۰ میلیون بودجه جاری فرهنگی و یک میلیارد هم زیرساختیه و زیرساختی مثلاً فلان موسسه فرهنگی بسازید اونم مشخص بود کی باید بگیره متولی فرهنگ کی بود اینا دیگه تو توانایی کسی نیست قانون این‌جوری همه چی مشخص می‌کنه که اینا فاقدش هستن" (مصاحبه شونده، شماره ۲۸).

جامعه از شرکت‌ها انتظار دارد در چارچوب الزامات قانونی به تعهدات خود عمل نماید. اعمال قوانین به طور منصفانه و برابر توسط صنعت نفت در جوامع پیرامونی یعنی شروع مسئولیت اجتماعی صنعت از مسئولیت اجتماعی شرکتی حداقلی و پایبند بودن به اصول آن جهت حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی شرکتی حداکثری. وقتی حداقل‌های مسئولیت اجتماعی توسط صنعت رعایت نگردد منجر به عدم تأثیر مثبت بر اجتماع پیرامونی خواهد شد و زمینه برای سایر پیامدهای منفی فراهم می‌گردد.

۲- عدم تعهد به محیط زیست

یکی از بدیعی‌ترین و ابتدایی‌ترین ابزار برای زندگی انسان‌ها استفاده از هوا، آب و زمین است. زمانی که این‌ها آلوده گردند نه تنها زندگی را برای اجتماع سخت می‌کنند

بلکه آسیب‌هایی هم بر محیط‌زیست و هم بر انسان‌ها وارد می‌کنند. صنعت در نزدیکی اجتماع محلی، باعث نگرانی‌های جدی و اساسی برای ساکنین شده است. صنعتی شدن منطقه عوامل اصلی آلودگی‌های محیط‌زیست است. رشد روزافزون صنایع نفت و گاز و پتروشیمی منجر به آلودگی محیط طبیعی گردیده و تأثیری مخرب بر همه گونه پوشش گیاهی و جانوری در خشکی و فراساحل داشته است. داده‌های به‌دست‌آمده در این تحقیق و مصاحبه با مردم بومی منطقه و مشاهدات پژوهشگران بیانگر این بود که مردم جامعه محلی نگرانی شدیدی از محیط‌زیست دارند ضمن این‌که تاکنون نیز از این حیث آسیب دیده‌اند.

تمام مشارکت‌کنندگان صنعت را مسئول مستقیم این وضعیت می‌دانستند و اذعان داشتند که صنعت در این زمینه اقدام اساسی انجام نداده. مشارکت‌کنندگان معتقدند تصمیمات و فعالیت صنعت بر محیط‌زیست آنان اثر منفی گذاشته و شرکت‌ها تاکنون نسبت به مسؤلیت زیست‌محیطی نتوانسته‌اند اقدام مناسبی نسبت به آسیبی که به جامعه وارد کرده‌اند انجام دهند. عدم اقدامات صنعت در مورد زیست‌محیطی به عدم مدیریت پسماندها، جلوگیری از انتشار آلودگی در هوا و آب و عدم ایجاد کمربند سبز برمی‌گردد که شرکت‌کنندگان به آن اشاره داشتند:

"محیط‌زیست یکی‌ای که به قول تو این حوزه ما از این شرکت‌ها هیچ نقطه مثبتی ندیدم تنها چیزی که بود آلودگی هوا بود که مخرب بود و نیاز به گفتن نیست که چه تأثیراتی داشته تو آب و هوا تو حوزه محیط‌زیست فقط کار مخرب شرکت‌ها او مده اینجا و یکی دو تا فضای سبز کوچکی انجام دادن ولی در برابر اون چیزهایی که از بین بردن چیزی نیست که به چشم بیاد" (مصاحبه شونده، شماره ۱۳).

"همین فلرهایی که استفاده میشه همش غیراستاندارده و فقط روزی که معاونین وزرا و رئیس‌جمهور می‌خواد بیاد تا جایی که میتونن این فلرها را استاندارد می‌کنن که زیاد دود نکنه و هوا را آلوده نکنه و روزی که میرن شما برید نگاه کنید آسمون پیدا نیست" (مصاحبه شونده، شماره ۳).

یکی از موضوعاتی که باعث آلودگی محیط‌زیستی گردیده، عدم اقدامات جدی در مورد ایجاد کمربند سبز و مدیریت پسماند شرکت‌ها است:

"اما تو حوزه کنگان با توجه به اشتباهی که کردن اولین موضوع تعهداتی داشتن در حوزه فضای سبز که متأسفانه تأمین نکردن متأسفانه ده درصد هم انجام ندادن و همش توسعه پالایشگاه انجام دادن. در حوزه پسماند چندین سال دارن بحث برنامه‌ریزی و مشاوره انجام میدن اما چیزی به نام اجرایی نیست. یکی از چالش‌های جدی در کنگان و منطقه بحث دفن پسماند که یک بحران ایجاد کرده اگر از این مسیر رد بشی دقیقاً مجاورش صد متری روستایی زباله این مجموعه هست یعنی ۲۵۰ تا ۳۰۰ تن زباله میان اینجا دفن میکنن. بحث کنترل شیراب‌ها بحث رودخونه‌ها مشکل دار اینا. این موضوع متأسفانه برنامه‌ریزی براش نشده و طرف بایستی همه جوانب را در نظر بگیره بحث پسماند و زباله یه چیز جدیه، تو بحث دریانوردی نگاه کن شرکت‌هایی که اینجاست آب گرم و سردشون اومده اضافی می ریزه به دریا و کلا ماهی‌ها را نابود می کنن، صیاد با ناامیدی میره دریا و رزق روزیش اندک شده یا در حد ۵۰ کیلو شده برای صید ماهی" (مصاحبه شونده، شماره ۲۲).

طبق تعریف کمیسیون اروپا از مسئولیت اجتماعی شرکت، دغدغه‌های محیط‌زیست توسط شرکت در عملکرد کاری شان از موارد اساسی بشمار می‌رود. افزایش آلودگی‌ها توسط صنعت، محیط‌زیست اجتماع محلی را با مشکلات جدی مواجه کرده است و باعث آسیب جدی به منابع خشکی، ساحلی و فراساحلی در منطقه شده است. بهبود کیفیت و افزایش نوآوری در محیط‌زیست از مواردی است که صنعت در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت در اجتماع محلی از آن غافل مانده است. به عبارتی صنعت تنفس را برای اجتماع محلی سخت کرده است. جلوگیری از آلودگی محیط، اجتناب از انتقال آلودگی‌ها به آب‌های سطحی و محیط زیست دریا، مدیریت پسماندها، جلوگیری از آلودگی‌های فلرهای گازی در منطقه و جلوگیری از انتشار آلودگی‌های صوتی به‌ویژه در موقع شب توسط پالایشگاه‌ها و پتروشیمی‌ها، حوزه موضوعی مهمی در مسئولیت

اجتماعی شرکت‌های مستقر در منطقه می باشد که نیازمند رویکردی مسئولانه و عمل گرایانه توسط صنعت نفت و گاز و پتروشیمی است.

۳- عدم توجه به اقتصاد بومی

از جمله اهداف مهم اجرا و توسعه صنعتی، دستیابی به توسعه اقتصادی است که مستقل از سایر نظام‌های اجتماعی و فرهنگی نیست. به‌طور اساسی همه ابعاد توسعه به‌هم پیوسته‌اند و از هم تأثیر می‌پذیرند. مدیریت زنجیره تأمین یکی از نشانه‌های توسعه‌یافتگی بشمار می‌رود. هر صنایعی در هر مکانی نسبت به این مسائل می‌بایست توجه کنند. صنعت در جامعه محلی نه‌تنها به این مقوله توجهی نداشته بلکه منجر به تضعیف و از بین رفتن شغل‌های سنتی و افزایش هزینه‌های اقتصادی در منطقه شده است. شرکت‌کنندگان معتقدند که صنعت شغل‌های سنتی آن‌ها را از بین برده و نتوانسته اشتغال مولد و پایداری را هم جایگزین این اشتغال سنتی نماید و از طرفی منجر به افزایش هزینه‌های زندگی شده به‌گونه‌ای که شرایط برخی قیمت‌ها در شهرهای هم‌جوار با کنگان بسیار متفاوت هست:

"از وقتی که توسعه صنعت شروع شده زمین‌های کشاورزی کم‌تر شده و کشاورزی از بین رفته، ساخت‌وساز که زیاد میشه تقاضای سکونت زیادتر میشه زمین‌های کشاورزی می‌ره جز مسکونی، شغل مردم قبلاً صیادی و کشاورزی بوده که با شروع صنعت هر دو تایش تو منگنه قرار گرفته. اینجا حدود ۶۰ الی ۷۰ هکتار منطقه ویژه خرید و بالا هم که اتوبان اومد بخشی از کشاورزی را از بین برد، چاه مجنون داشتیم که ۷۰ درصد کشاورزی داشتن که از بین رفت و اتوبان از اونجا رد شد انتظار داشتیم یه جورابی کمک می‌کردن شغل هامون و نگه می‌داشتیم ولی برامون کاری نکردن" (مصاحبه شونده، شماره ۱۹).

اسناد مطالعه شده نشان می‌دهد که سایت دو یا همان پارس میانی در منطقه کنگان، حدود ۱۶ هزار هکتار از اراضی منطقه را در بر گرفته است. اراضی که قبلاً محل

دامداری، کشاورزی و از ساحل هم برای صید ماهی استفاده می‌کردند. این شغل‌های پایدار سنتی در این محدوده‌ها از بین رفته است. به‌ویژه چند روستا نظیر تنبک، اختر، نخل غانم که مجبور به جابجایی جهت سکونت شدند. در مورد افزایش هزینه‌های اقتصادی شرکت‌کننده دیگری می‌گوید:

"شما نگاه کن میگو، قبلاً ما می‌رفتیم نه صفی نه چیزی، الان کارگر شرکت، مهندس شرکت، مدیرعامل شرکت، حقوق ده‌میلیونی می‌گیرد دیگه گیر خودمون هم نمیداد. ماهی افزایش قیمت چرا؟ تقاضا رفته بالا، کسی هم که تقاضا را بده بالا بخشیش قشر مرفه شرکتی غیربومی‌اند. که درآمد بالای چندمیلیونی دارن اکثراً در نفت و گاز و پتروشیمی هستن و در رأس هستن به قول ما بنکی‌ها^۱ غمشون نیگزه. حداقل نبایست از قبل فکری می‌کردن برای این همه گرونی. نه بازارچه‌ای نه محلی نه کسی نه فقیری مدنظرشونه" (مصاحبه شونده، شماره ۲۳).

عدم توجه به شغل‌های سنتی پایدار، از بین رفتن آن‌ها و عدم شغل‌های جایگزین پایدار، شرایط سختی زندگی و افزایش هزینه‌های اقتصادی در این منطقه صنعتی باعث شده که افراد سختی‌های زیادی ناشی از افزایش هزینه‌های اقتصادی را تحمل نمایند. این شرایط به‌ویژه برای کسانی که از ملک یا زمین بی‌بهره‌اند شرایط را سخت‌تر از گذشته کرده است. مشاهده صورت گرفته در شهر دیر، نشان از مناسب بودن هزینه‌های زندگی چه در حوزه املاک و مستغلات و چه اقلام ضروری روزمره نسبت به کنگان دارد و این گویای افزایش هزینه‌های زندگی در منطقه کنگان است. درحالی‌که نیاز است صنعت تأمین کنندگان محلی خدمات و محصولات را در اولویت قرار داده و به آن‌ها فرصت مشارکت در تأمین کالاهای مورد نیاز صنعت را دهد تا از این طریق تا حدودی به اشتغال سنتی اجتماع محلی توجه گردد.

۱- نام یکی از شهرهای منطقه کنگان، بنک می باشد.

۴- توسعه رفاه عمومی - اجتماعی حداقلی

بعد دیگری که مصاحبه‌شوندگان معتقدند صنعت ضعیف عمل کرده و نتوانسته انتظارات جامعه بومی را برآورده کند اقدامات رفاهی - اجتماعی حداقلی و موردی بودن این اقدامات است. برخی اقدامات بر درک ساکنین تأثیر داشته و چنین اقدامات محدودی را از یاد نبرده‌اند از تحلیل مصاحبه‌های به‌دست‌آمده اگرچه اقدامات حداقلی در برخی زمینه‌ها و یا در مواردی مانند ایجاد راه و اقداماتی در ساخت مدرسه صورت گرفته اما به عقیده مصاحبه‌شوندگان، صنعت نتوانسته آن‌طور که شایسته اجتماع محلی است در برنامه‌های رفاهی نظیر اقدامات بهداشتی، درمانی، آموزشی، مشارکت با جامعه محلی و سایر برنامه‌های اجتماعی که کاهنده مسائل اجتماعی یا تقویت مسائل دیگر باشد مناسب عمل نماید:

"نفت به نظرم بخش عمده وظایف شو انجام نداده مثلاً تو زیرساخت‌ها بخش مختلف مثل راه‌کار کرده تو مدرسه‌سازی به صورت مستقیم و غیرمستقیم کمک‌هایی کرده تو زمینه مجتمع ۱۵۰۰ نفری ورزشی که البته خود این سفر رهبری بود از طریق سفر رهبری مصوب شد ولی خوب هزینه شو نفت داده کارای ای طوری انجام داده ولی نه بر اساس یه پازل تعریف شده که بگیریم من اینجا می‌خوام این‌قدر مشکل ایجاد بکنم حداقل از ۱۰۰ در صد مشکل ۵۰ درصدش کمک بکنم که مشکل کمتر بشه، وظایف اصلی شو خوب انجام نداده ولی تو مسائل سخت‌افزاری تا حدودی که یه بخشیش خودشون نیاز داشتن کمک کردن به شهرستان که تا حدودی بد نبوده ولی با اون وظیفه‌ای که بر عهده داشتن خیلی فاصله دارن اما تو نرم‌افزاری متأسفانه شاید خیلی کم بهش پرداخته شده فرض کن حمایت از ورزش، حمایت از برنامه‌ای آموزشی، یه برنامه نرم‌افزاری. حالا یه برنامه نوشتیم دادیم به دوستان مصوبش هم کردیم قرار شده تأمین اعتبار بشه ولی تو این برنامه هنر نرم‌افزاری ورزش حداقل ۷۰-۸۰ درصد خونواده‌ها با ورزش در ارتباطن. برنامه آموزشی ارتقا علمی شهرستان که ۹۰-۹۵ درصد با خونواده‌ها در ارتباطن. ارتقا علمی بیشتر به آموزش و پرورش پرداخته شده هم به اولیا و هم به دانش‌آموزان و معلمان به این دلیل که هر سه تو توسعه آموزشی نقش دارن حالا برنامه مختلف

هست مشاوره گرفته تا ارتقاء سطح علمی معلمان هست، اردوره‌هاست دوره آموزشی هست و همه چیز تو این برنامه دیده شده که بتونه به نشاطی ایجاد بکنه. ولی خوب متأسفانه صنعت تو این زمینه خیلی رغبتی نشون نداد. به نگاه مدیرانش هم برمی‌گرده. حالا تو این بخش‌های آموزشی به سری همکاری دارن مثل طرح‌های نخبه پروری هست ولی این خیلی جزیی هست و باید بیشتر از این انجام می‌شد. والا صنعت باید به سری کارها را قبل از اومدنش انجام می‌داد که نداد مخصوصاً تو بحث پیوست‌های فرهنگیشون تو بحث پیش‌بینی آسیب‌هایی که داره وارد می‌کنه، آسیب‌های مختلف، هم آسیب‌های اجتماعی هم آسیب‌های زیست‌محیطی. نفت این کار را به خوبی انجام نداده و هنوز هم آثار منفی او باقی مونده. صنعت به نظرم آسیب‌های زیادی داشت و به بخشیش طبیعیه ولی به بخشیش به خاطر عدم پیش‌بینی آسیب‌هاست. من فکر کنم وقتی شرکت‌های ایرانی اومدن اینجا کار گرفتن پیش‌بینی هیچ کدوم از مسائل را نکردن، که یکی از عیب‌های بزرگ با شرکت‌های پیمانکاران ایرانی است" (مصاحبه شونده، شماره ۵)

برخی نیز تا حدودی اقداماتی که در حوزه بهداشتی-درمانی اتفاق افتاده را مثبت ارزیابی می‌کنند. ولی باز معتقدند که این اقدامات به صورت موردی و قطره‌چکانی است:

"مردم به عنوان میزبان شایسته صنعت با تمام وجود پذیرای پروژه بزرگ ملی صنعت بودند ولی انتظارشون اینه که نگاه صنعت به مناطق پیرامونی نگاه ویژه‌تری نسبت به تمام مناطق سطح استان و حتی کشور باشه. اعتماد مردم تو به دوره خوب بوده و تو به دوره ضعیف بوده. دوره‌هایی که خوب بوده صنعت نسبت به مسؤلیت اجتماعی خود در قبال مردم کنگان و عسلویه نگاه ویژه‌تری داشته تو سطح نخبه‌پروری، تو سطح زیرساخت‌های آموزش و پرورش، توی طرح‌های عمرانی کمک کردن تو حوزه بهداشت و درمان بیمارستان کنگان، چون خودم شاغل هستم میتونم بگم. بحث اولین زیرساخت تو هر پروژه بزرگ اینه که اینا بیان در بحث سلامت یا پیوست سلامت، رویکرد اصلی سلامت را نشون بدن در قالب خدماتشون به مناطق پیرامونی. این‌ها ایجاد نکردن بعد که اومدن مستقر شدن بعد آروم آروم قطره چکونی اومدن کمک کردن موردی و این اشتباهی بود که رخ داد شما اول باید راه

را ایجاد کنی بعد جمعیت را زیاد کنید، نه این که اول جمعیت را زیاد کنید" (مصاحبه شونده، شماره ۱۷).

برخی از مشارکت‌کنندگان عدم تعهدات اجتماعی صنعت و عدم مشارکت با اجتماع محلی را منفی ارزیابی می‌کنند به‌ویژه در مورد عدم تعهد در زمینه آسیب‌های اجتماعی و فقدان برنامه‌های عملی در منطقه:

"به نظر من البته دقیقاً آمار و اطلاعات ندارم که بتوانم به گم چرا به سری کارها انجام دادن ولی اصولاً تا جایی که تا جریان بودم همین بحث آسیب‌های اجتماعی که تو فرمانداری باهم جلسه می‌گرفتن اولین کسی که غائب بود تو فرمانداری همین شرکت‌ها بودن نمی‌مدن یا اولین کسی که به تعهداتشون داخل آسیب‌های اجتماعی عمل نمی‌کردن همین شرکت‌ها بودن. اینه که فکر می‌کنم اون طور که باید خدمات بدن نمیدن ولی وقتی میری پیش خودشون هزارتا چی در میارن قاعدتاً خدماتشون خیلی کم. خدماتشون تو عمرانی بیشتر بوده تو آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی کمتر خدماتی ارائه دادن" (مصاحبه شونده، شماره ۲۲).

مردم اجتماع محلی انتظار دارند صنعت که وارد منطقه شده و خساراتی برای آن‌ها داشته که نیازمند بررسی قبل از حضور صنعت در منطقه است اما اکنون که صنعت بدون مطالعه و یا اجرای زیرساخت‌ها وارد منطقه شده است، از لحاظ اجتماعی بایستی بتواند بخشی از این مشکلات را جبران نماید. به‌گونه‌ای که در حوزه اجتماعی کارهایی صورت گیرد که جبران‌کننده بخشی از سختی‌های شکل‌گرفته از پیامدهای صنعت باشد:

"این‌ها قبل از این که بخوان بیان اینجا زیرساخت‌ها را فراهم نکنن چون توجهی نشده بود و به‌مراتب بعد از او مدن این جمعیت داره کار همیشه خیلی از نظر من شهروند داره به‌صورت لاک‌پستی و ذره‌ذره جلو می‌ره یعنی عملاً یک سری کارها دارن انجام میدن که نیاز همش به‌صورت مجتمع انجام بشه که به بهره‌برداری برسه و دارند به‌صورت فاز به فاز انجام میدن و پله‌پله داره می‌ره جلو، فاز اول تمام میشه تا بخواد فاز دوم عملیاتی بشه فاز اول فرسوده شده و از بین رفته" (مصاحبه شونده، شماره ۱۳).

جوامع پیرامونی صنعت از ذینفعان مهم شرکت‌ها هستند. در این زمینه انتظار این است که شرکت‌ها در داشتن حس تعهد نسبت به جامعه به همراه تلاش در جهت حداکثرسازی رفاه اجتماعی، بخش جدایی‌ناپذیر توسعه پایدار در اجتماع محلی قلمداد شوند. قاعدتاً شرکت‌هایی که رویکرد مشارکت با اجتماع را دنبال می‌کنند در راستای توسعه رفاه اجتماعی حداکثری و توسعه پایدار حرکت خواهند کرد. در غیر این صورت اقدامات آن‌ها عکس توسعه پایدار خواهد بود و پیامدهایی بر جوامع پیرامونی خواهد داشت که نه تنها از محبوبیت صنعت کاسته خواهد شد بلکه نتایج منفی دامنگیر صنعت نیز خواهد گردید.

۵- دغدغه‌مندی کمرنگ در فعالیتهای نوع دوستانه

فعالیت‌های نوع دوستانه دسته‌ای از فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت است که جامعه از شرکت‌ها انتظار دارد و شامل مشارکت فعالانه در برنامه‌هایی است که به صورت ابتکاری و داوطلبانه انجام گیرد. شرکت‌کنندگان معتقدند حضور صنعت در منطقه و یدک کشیدن قطب اقتصادی کشور و حتی جهان ایجاب می‌کند که صنعت ورای قانون، اقداماتی به صورت داوطلبانه در راستای مسئولیت خودش انجام دهد. شرکت‌کنندگان معتقدند گرچه اقداماتی در این خصوص صورت گرفته ولی این اقدامات به صورت خیریه‌ای صورت گرفته اما این‌ها محدود است و امکان گسترش توسط صنعت وجود دارد.

"پیشرو نیستن که بیان مثلاً یک ماه، شهر را تمیز کنن یا در حوزه اعتیاد می‌خواهیم کارکنیم. جدیداً حالا مرکز فرمانداری ایجاد کرده در حوزه ورزش و حوزه مسائل اجتماعی و اینا تفاهم‌نامه‌هایی ایجاد کردن، حالا چقدر اجرایی بشه معلوم نیست. این‌ها توسط خود فرمانداری ایجاد شده که در سطح کلان شهرستان باشه و از نفت کمک بگیرن و برنامه دادن که اجرا بشه و نفت هم کمک کنه.

بروکراسی اداریشون خیلی زیاده می‌خوان کمکی بکنن این قدر می‌پیچونن که طرف پشیمون میشه" (مصاحبه شونده، شماره ۴).
آنان معتقد بودند فعالیت‌های خیرخواهانه محدودی توسط شرکت‌ها در منطقه صورت گرفته اما با توجه به ثروتی که شرکت‌ها از منطقه کسب می‌کنند این گونه اقدامات را کافی ندانستند:

"در بخش خیریه هم کمک‌هایی شد برای موسسه‌ای که برای کودکان کار اقدام می‌کنن موسسه خیریه مهرآوران. برای لوازم التحریر بچه‌ها و لباس‌ها کمک‌هایی کردن. و هزارتا دانش‌آموز تقریباً تحت پوشش داره این موسسه. خدماتی از این شرکت‌ها دریافت کرده و به‌عنوان آب‌باریکه استفاده کرده. ولی این کمک‌ها با توجه به ثروتی که اینجا هست کافی نیست. کمک‌های خیلی کوچیک و مقطعی به کمیته امداد می‌کنه مثلاً تا بری می‌گن آقا ما به کمیته امداد این قدر دادیم، ولی وقتی می‌گی منطقه قطب اقتصادی دنیا خیلی باید بیشتر از این‌ها وظیفشه که عمل کنه نه این که این جور کمکی کنه. وظیفشه که عمل کنه به وظیفش" (مصاحبه شونده، شماره ۲۲).
نگاه شرکت‌کنندگان حاکی از این است که اگرچه اقداماتی به‌صورت داوطلبانه توسط صنعت در اجتماع محلی صورت گرفته اما با توجه به حضور صنعت در منطقه و کسب درآمد اقتصادی و عناوینی مانند قطب اقتصادی خاورمیانه و بزرگ‌ترین میدان گازی جهان، انتظار از فعالیت‌های داوطلبانه چه به‌صورت پیشرو و ابتکاری و چه به‌صورت خیریه‌ای می‌بایست بسیار بیشتر از این اقدامات باشد.

۶- اخلاق‌مداری ضعیف

هرسازمانی جهت رسیدن به اهداف، نیازمند رعایت معیارهای اخلاقی- انسانی چون انصاف، احترام، ادب، شفافیت در اهداف و اقدامات انجام شده، راست‌گویی و... است که در تاروپود ارکان خود نهادینه سازد. زیرا غیر از این، انرژی‌هایی که باید صرف بالندگی و تعالی سازمان گردد، هزینه بی‌اخلاقی‌ها می‌شود. برخی مصاحبه‌شوندگان

معتقدند حضور صنعت در منطقه می‌بایست همراه با تکریم و احترام مردم منطقه باشد و این را از نخستین اهداف صنعت ذکر می‌کردند. این گروه از مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند نگاه صنعت به منطقه نگاه توأم با احترام نیست و باعث آزار مردم منطقه می‌شود:

"هدف اولیه ما این بود که صنعت میاد تو منطقه اول تکریم انسان‌های منطقه، مردم منطقه احترام داشته باشند درحالی‌که عکس آن را شاهد هستیم. بایستی ارزش‌ها و فرهنگ‌های ما را محترم بشمارن" (مصاحبه‌شونده، شماره ۳۰).

مصاحبه‌شونده دیگری در همین خصوص گفت:

"بعضی وقت‌ها نگاهشون به نگاه توأم با احترام به مردم نیست و این جالب نیست" (مصاحبه‌شونده، شماره ۱۰).

اطلاعات امروزه به معنی داشتن قدرت محسوب می‌شود. داشتن اطلاعات از اقدامات صنعت نفت و گاز در محل فعالیت (جوامع پیرامونی) بسیار ضروری است. زیرا نه تنها منجر به شناخت اجتماع محلی از وضعیت موجود و آینده می‌شود بلکه می‌تواند در راستای حق و حقوق خود و پاسخگوتر کردن مسئولین صنعت نفت نیز مؤثر باشد. شرکت‌کنندگان معتقدند که صنعت نفت و گاز از ارائه اطلاعات خودداری کرده است به طوری که برخی نمی‌دانند نهایتاً فعالیت این صنعت چگونه خواهد شد:

"اگه توضیحات کامل بدن بگن برای چی او مدن هدفشون چی هست و بالاخره می‌خواهیم به کجا برسیم، یعنی به نظر من توضیحاتی به مردم بدن، مردم اعتمادشون بهشون بیشتر میشه. یعنی با خود شرکت و این‌ها هیچ آشنایی نداریم. اصلاً نمی‌دونم چی بگم ولی خدایی من یکی که تحصیل کرده این قسمت هستم هیچ اطلاعاتی ندارم چه برسه به محلی‌های اینجا که چقدر بایستی براشون توضیح بدی" (مصاحبه‌شونده، شماره ۳۵).

از نظر آنان عدم ارائه اطلاعات به مردم از ابتدای فعالیت در منطقه وجود داشته است به طوری که اوایل اجرای توسعه صنعتی در منطقه نه تنها از ارائه اطلاعات خودداری کرده بلکه بنا بر فعالیت‌های دیگری وارد منطقه شده بودند:

"از زمان رییس جمهور وقت به اسم کارخونه سیمان و پرورش آهو اومدن زمین‌های تنبک را گرفتن برای تملک اراضی و در مورد زمین‌ها میومدن میگفتن ما زمین‌ها را میخوایم برای پرورش آهو، مردم فهمیدن که اینا دنبال چیزای دیگه هستن دنبال پرورش آهو نیستن و کم کم از تنبک تا اختر زمینا رو گرفتن از مردم، یه جایی به نام نخل غانم مشخص کردن، مردم رو آوردن اینجا، بعد مردم فهمیدن که این‌ها برای پالایشگاهن. اول نمی‌دونستن. دورو بر سال ۸۴ و ۸۵ بود که این اتفاقات افتاد" (مصاحبه شونده، شماره ۳۷).

انتظار می‌رود صنعت نفت و گاز به باورها و هنجارهای اجتماع محلی احترام بگذارد و اطلاعات شفافی در قبال اقدامات خود در اختیار مردم قرار دهد. جایگاه اخلاق در مسؤلیت اجتماعی از موارد مهم مسؤلیت اجتماعی شرکتی است که رعایت آن منجر به پذیرش بهتر صنعت در اجتماع و دستیابی به اهداف در زمان کمتر خواهد بود.

در مورد مقوله‌های اشاره‌شده، سه شرکت دولتی زیرمجموعه صنعت نفت و گاز در منطقه از جمله سایت سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس، سایت مجتمع گازی پارس جنوبی و سایت شرکت نفت و گاز پارس مورد بررسی قرار گرفت تا مسؤلیت اجتماعی در وبسایت‌های این شرکت‌ها تحلیل شود. اما در هیچ‌کدام از این سایت‌ها اشاره‌ای به مسؤلیت اجتماعی شرکت در اجتماع محلی یا مفاهیم دیگری نظیر گزارش پایداری، خدمات بشردوستی، اقدام انسان دوستانه یا هر اصطلاح یا مفهومی که نشان از گزارش‌هایی در مورد مسؤلیت اجتماعی شرکتی این شرکت‌ها باشد، یافت نشد. جهت روشن شدن بهتر مسئله، جستجویی در تارنمای امور مسؤلیت اجتماعی شرکتی وزارت نفت صورت گرفت ولی در آن تارنما نیز گزارشی از شرکت‌های یادشده، یافت نشد. به نظر می‌رسد چنین مواردی به عدم نهادینه شدن و توجه به مسؤلیت اجتماعی شرکتی در صنعت نفت و گاز بر می‌گردد که تاکنون بخش مستقلی در مورد مسؤلیت اجتماعی شرکتی در وبسایت‌های این شرکت‌ها درج نگردیده است.

نتیجه گیری

رویکرد مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها از مؤلفه‌های توسعه پایدار در جوامع بشمار می‌آید که بر این اساس شرکت‌های صنعتی در قبال ذی‌نفعان به‌ویژه اجتماعات پیرامونی خود مورد توجه قرار می‌گیرند. توسعه صنعتی نفت و گاز در پارس میانی (منطقه کنگان) مسائل مختلفی برای ساکنین این اجتماع به بار آورده است. در این سال‌ها این اجتماع محلی شاهد مسائلی در حوزه محیط‌زیست، اقتصادی و اجتماعی بوده‌اند که از پیامدهای صنعت است و تأثیر ناخوشایندی بر جامعه محلی داشته است. از آنجا که مسؤلیت اجتماعی شرکت در مرحله اول در قبال پیامدهای فعالیت‌ها بر اجتماع، در زمینه‌های گوناگونی است و در مرحله بعد فراتر از پیامدهای فعالیت است؛ این پژوهش باهدف واکاوی مسؤلیت اجتماعی شرکت نفت و گاز در اجتماع محلی انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش نشان از عدم نهادینه شدن مسؤلیت اجتماعی توسط صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی دارد و یادآور مشکلاتی است که مردم بر اثر توسعه صنعتی متحمل می‌شوند. نتایج نشان می‌دهد که عدم نهادینه شدن مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت و گاز، فرآیندی است که از بی‌تعهدی قانونی و محیط‌زیست شروع شده و به ضعیف عمل کردن در مراحل بعدی یعنی توجه حداقلی به رفاه عمومی-اجتماعی، دغدغه مندی کم‌رنگ بشردوستانه و اخلاق‌مداری ضعیف صنعت ختم شده است که نتیجه کلی با نتایج تحقیق دیگران سازگار است (کیانی، ۱۳۹۵)، (ایمان و بذرافکن، ۱۳۹۴).

بدین معنی که صنعت در قلمرو مسؤلیت اجتماعی نتوانسته است به‌صورت نهادینه، نسبت به تدوین برنامه‌های مسؤلیت اجتماعی عمل نماید. برخی فعالیت‌ها به‌صورت محدود صورت گرفته است. نتایج این تحقیق با نتایج برخی تحقیقات غیر همسو است (Dumitru & et al, 2012) (Du & Jr, 2012) (Anderson & et al, 2011)، (Phiri & et al, 2018)، (OMV, 2019). غیرهمسو بودن بدین علت است که

این تحقیقات نشان دادند که مسؤلیت اجتماعی شرکت‌های مورد مطالعه به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از استراتژی کسب‌وکار در هنگام فعالیت در مناطق و فرهنگ‌های جدید بود. نیازهای ذینفعان مختلف را برطرف کرده، با آنان مشارکت متقابل داشتند و در تارنمای شرکت‌ها اطلاعات مسؤلیت اجتماعی به‌راحتی قابل دسترسی بود. درجات مختلفی از بروز رسانی اطلاعات و شفاف‌سازی را مشاهده کردند.

در رویکرد پایداری خود، علاوه بر سهامداران و مشتریان، به جامعه نیز توجه نموده است و توانسته‌اند اقدامات اجتماعی نظیر مهارت‌آموزی، توانمندسازی زنان، بورس تحصیلی برای دبیرستان‌ها و تحصیلات دانشگاهی و... ایجاد نمایند. به عبارتی این شرکت‌ها دارای سیاست‌گذاری^۱، راهبردها^۲ و برنامه‌های مدون در زمینه مسؤلیت اجتماعی بودند که متضمن نهادینه‌سازی مسؤلیت اجتماعی در پیاده‌سازی آن است. همان‌طور که دیویس اظهار داشت که مسؤلیت اجتماعی در پایان قانون شروع می‌شود. به عبارت دیگر تعهد شرکت‌ها به الزامات قانون یک رفتار مسئولانه اجتماعی نیست. زمانی که هر شرکت بتواند این کار را خوب انجام دهد، رفتارهای مسئولانه اجتماعی به‌عنوان تعهد شرکت‌ها به تعهدات اجتماعی نگریسته می‌شود، در تبیین این موضوع می‌توان گفت سازمان‌ها در قبال جامعه‌هایی که در آن فعالیت می‌کنند مسئول هستند؛ چراکه از منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی آن استفاده می‌کنند.

در این مورد کارول معتقد است جامعه نه تنها کسب‌وکار را ملزم به تولید مطابق باانگیزه سودآوری می‌کند، بلکه هم‌زمان از کسب‌وکار انتظار دارد تا در چارچوب قوانین و مقررات، فعالیت و از آن تبعیت کند. قوانینی که به‌عنوان قوانین اصلی از سوی دولت اعلام و کسب‌وکارها باید براساس این قوانین فعالیت و از آن تبعیت کنند. (جزینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۲) بر این اساس از شرکت‌ها انتظار می‌رود تا مأموریت‌های اقتصادی خود را در چارچوب قوانین انجام دهند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که یک نوع

-
1. Policy
 2. Strategies

سرپیچی از قوانین در این بُعد از مسئولیت اجتماعی وجود دارد. به نوعی مسئولیت اجتماعی صنعت در این بُعد مخالف با نظریه‌های مسئولیت اجتماعی ((Carroll, 1999), (Ramasamy & (Carroll & Shaban 2010), (Grbac&loncaric, 2009: 143-158), (Yeung, 2009) عمل کرده است.

در پی عدم تبعیت از قوانین توسط صنعت، رفتارهای دیگری توسط صنعت انجام شده، که منجر به عدم تعهد به محیط‌زیست می‌گردد. در پی توسعه صنعتی، جامعه محلی با مشکلات زیادی در منابع طبیعی، آلودگی و تخریب زیستگاه مواجه است. چنین مواردی نمایانگر زندگی سخت مردم اجتماع محلی در فضای محیط‌زیستی است. عدم توجه به محیط‌زیست حاصل عدم جلوگیری از انتشار آلودگی صنعتی در محیط طبیعی و عدم ایجاد کمربند سبز توسط صنعت است. عدم جلوگیری از انتشار آلودگی، منجر به آلودگی آب، هوا، خاک، پوشش گیاهی و دریا شده است و عدم اقدام مناسب توسط صنعت در حوزه محیط‌زیست باعث شده که اثرات زیانباری بر مردم اجتماع داشته باشد. بر اساس استاندارد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، شرکت‌ها بایستی به منظور اجتناب و کاهش خطرات محیط‌زیست به اجرای برنامه‌هایی که دارای چشم‌انداز مبتنی بر پایداری هستند بپردازند (امیدوار، ۱۳۹۴: ۱۱۸).

هرچقدر عدم تعهد در این زمینه بیشتر باشد زندگی را برای مردم در چنین محیط طبیعی سخت‌تر خواهد کرد. چیزی که در این پژوهش شاهد آن هستیم و این مقوله نیز ناسازگار با استاندارد مسئولیت اجتماعی است. مضمون بی‌توجهی به اقتصاد بومی حکایت از، از بین رفتن شغل‌های سنتی مردم منطقه و افزایش هزینه‌های اقتصادی دارد. قبل از حضور صنعت در منطقه مردم به شغل‌های سنتی نظیر کشاورزی، دریانوردی و تجارت اشتغال داشتند. با حضور صنعت و از بین رفتن یا کاهش این شغل‌ها شرایط زندگی برای افراد به‌ویژه افرادی که تنها راه امرار معاش آن‌ها از این طریق بوده است سخت‌تر شده است.

بیشتر افرادی که توانستند در برخی از شرکت‌ها اشتغال داشته باشند در شغل‌های رده پایین و یا بیشتر خدماتی است که با افزایش قیمت‌ها در منطقه شرایط زندگی برای آنان سخت شده و آرزوی برگشت به اجتماع حضور قبل از صنعت را دارند. مضمون به دست آمده در این قسمت مخالف با نظریه کاریگا و مله است (Obeidat et al. 2018: 3). توجه حداقلی به رفاه عمومی - اجتماعی مقوله استخراج شده دیگری است که با نظریه‌های دیگر سازگاری کمی دارد و نشان از اجرای نامناسب برنامه‌های آموزشی - اجتماعی، اقدامات ضعیف و موردی بودن حوزه‌های رفاهی - اجتماعی و عدم تعامل صنعت با اجتماع محلی منجر به توسعه حداقلی رفاهی - اجتماعی توسط صنعت شده است.

در تبیین این یافته می‌توان استدلال نمود که عدم مشارکت با جامعه از طرف صنعت، منجر به همکاری فعالانه صنعت با جامعه نمی‌شود در نتیجه به اهدافی چون پیشگیری از وقوع مشکلات و حل آن‌ها، تقویت همکاری با سازمان‌های محلی و اشتیاق برای حضور در جامعه نمی‌رسد به طوری که نمی‌توانند از طریق همکاری و حمایت از نهادهای اجتماع محلی و مشارکت در شبکه‌های گروهی و فردی که جامعه محلی را تشکیل می‌دهند کمک کنند. در نتیجه عدم تعامل با اجتماع محلی، نه تنها نیازهای جامعه و اولویت‌های آنان ناشناخته باقی می‌ماند بلکه منجر به اجرای نامناسب برخی از برنامه‌های موردی نیز گردیده است که در نهایت منجر به اقدام نامناسب در توسعه رفاه عمومی - اجتماعی حداقلی گردید. این در حالی است که رفاه اجتماعی یکی از مهم‌ترین پیش زمینه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌گردد. به عبارتی می‌توان گفت صنعت نفت نه تنها خلاف توسعه پایدار عمل نموده بلکه در صدد جبران آن نیز آن طور که شایسته باشد اقدامی صورت نداده است.

دغدغه‌مندی کم‌رنگ در فعالیت‌های بشر دوستانه از عدم ارائه برنامه‌ها و اقدامات ابتکاری همسو با انتظارات اجتماع و فعالیت‌های خیریه‌ای و داوطلبانه محدود حاصل شده است. فعالیت‌های بشر دوستانه فعالیت‌هایی است که اجتماع محلی از شرکت‌های

صنعتی با توجه به این که بسیاری از درآمدهای ملی از این منطقه تأمین می‌شود انتظار آن را دارند. با توجه به نوع آسیب‌هایی که توسط صنعت خواسته یا ناخواسته بر اجتماع محلی وارد شده است نه تنها انتظار کمک‌های داوطلبانه و خیر خواهانه شرکت هستند بلکه انتظار برنامه ابتکاری و همسو با جامعه محلی را هم دارند. چیزی که هنوز توسط شرکت‌های منطقه نتوانسته خواسته اجتماع محلی را تأمین کند. گر چه این بعد از مسئولیت اجتماعی بیشتر اختیاری و داوطلبانه است اما در فرهنگ ملی به‌ویژه در منطقه قطب اقتصادی پارس وزن بیشتری نسبت به سایر ابعاد دارد. بر این اساس انتظار دریافت چنین حمایتی مرتبط با توقعی است که صنعت در اجتماع محلی گسترش پیدا کرده است که بدین ترتیب فعالیت‌های کمرنگ بشر دوستانه شکل گرفته است.

مسئولیت اخلاقی شامل برآورده کردن انتظارات اجتماعی است که مستند به قانون نیست؛ همانند احترام به جامعه، انجام کار درست و ادب و احترام. مسئولیت اخلاقی فراتر از قانون است و به صراحت در قانون قید نشده است اما افراد جامعه انتظار دارند شرکت‌ها در این زمینه نسبت به آن پایبندی بهتری نشان دهند. این مؤلفه یکی از مواردی بود که مردم اجتماع محلی از آن به‌عنوان اهداف اولیه خودشان یاد می‌کردند که می‌بایست توسط صنعت رعایت شود اما در عمل در برخی مواقع خلاف آن را تجربه کرده‌اند، مانند: عدم اخلاق‌مداری؛ عدم نگاه توأم با احترام صنعت به اجتماع محلی و عدم تمرکز بر شفافیت در برنامه‌های خود، که می‌تواند نشان دهنده عدم پاسخگویی به وظیفه خود باشد. درحالی‌که یکی از اولین اصول مسئولیت اجتماعی شفاف سازی و احترام به جامعه بوده که و یادآوری کننده تعهد شرکت‌ها در قبال اصول بنیادین انسانیت و پاسخگویی در قبال آن‌هاست. همان‌طور که بینش‌های نظری کارول و شواهد دیگران نشان می‌دهد کارول (Carroll, 1999: 270)؛ (Matten & Moon, 2008: 410)؛ (Matten & Crane, 2007: 1)؛ (Carroll & Shabana, 2010: 85-105).

مسؤلیت اجتماعی شرکت بیشترین پتانسیل را برای پرداختن به چالش‌های محیط‌زیست، اجتماعی، اقتصادی، قانونی و نوع‌دوستانه در جوامع پیرامونی دارد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در ابعاد مختلف در این اجتماع محلی نتوانسته است مبتنی بر موضوعات اصلی مسؤلیت اجتماعی در زمینه‌های قانونی، محیط‌زیست، اقتصادی، اجتماعی، بشردوستانه و اخلاقی و همچنین در زمینه توسعه و همکاری با جوامع محلی در ابعاد مختلف مانند آموزش و فرهنگ، سرمایه‌گذاری اجتماعی، ایجاد ثروت و درآمد و سلامت، انتظارات اجتماع محلی را برآورده سازد.

برساخت معنایی اجتماع محلی از مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت و گاز، روایت از عملکرد غیرمسئولانه صنعت نفت و گاز و تأثیر مخرب آن صنعت بر اجتماع محلی است، بطوری که ایجاد پروژه‌های صنعتی (پالایشگاه‌ها و صنایع پایین‌دستی) ناسازگار با مباحث محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی است؛ در تصمیم‌گیری‌ها، عدم پاسخگویی نسبت به تأثیر فعالیت‌ها و تصمیماتشان بر اجتماع و محیط‌زیست در حال حاضر عدم تمایل نشان داده است که منجر به عدم رفتار مسئولانه صنعت در ابعاد مسؤلیت اجتماعی گردیده است. مسؤلیت اجتماعی درک وسیعی از انتظارات یک اجتماع را می‌طلبد که نیازمند شناسایی و مشارکت با ذی‌نفعان از جمله اجتماع پیرامونی است تا متوجه گردند که در جوامع پیرامونی چه گروه‌هایی از مردم از اقدامات توسعه صنعتی تأثیر می‌پذیرند تا از این طریق صنعت بتواند پیامدهای فعالیت‌هایش را درک نموده و به مهار پیامدهای منفی بپردازد.

بنابراین شناسایی مسائل برخاسته از تأثیرات صنعت چه در زمینه تصمیم‌گیری و چه در زمینه اقدام عملی شرکت (مانند ساخت پالایشگاه‌ها در پارس میانی) نیازمند تعیین رویکردی است که با مشارکت اجتماع محلی در دو زمینه بالا فراهم گردد، تا صنعت بتواند انتظارات جامعه از رفتار خود در قبال این پیامدها را بررسی و به موضوعات اساسی در جامعه محلی بپردازد. نیازها و اولویت‌های اجتماع شناسایی

گردند تا فعالیت‌های صنعت در اجتماع محلی با آن منطبق شود. این رفتار مسئولانه یک فرآیند پیوسته است که از مرحله تصمیم‌گیری تا اجرا و پس از آن را شامل می‌شود. این رفتار مسئولانه میسر نمی‌گردد مگر با مشارکت دادن اجتماع محلی در تصمیمات و اجرا.

پژوهش حاضر حاکی از عدم مشارکت دادن اجتماع محلی توسط صنعت در تصمیمات و فعالیت‌ها است که نتوانسته بر مبنای خواسته‌ها و انتظارات جامعه پیرامونی اقدام نماید و از رفتار مسئولانه عدول کرده است. نتیجه چنین کاری اقدامات قطره چکانی، حمایت‌های پراکنده و جزیره‌ای رفتار کردن در زمینه مسئولیت اجتماعی است نه رفتار مسئولانه محور. در حالی که مسئولیت اجتماعی در بسیاری از کشورها امری متداول و یک برند اجتماعی برای شرکت‌ها محسوب می‌شود ولی به نظر می‌رسد در صنعت نفت و گاز هنوز دوران بلوغ را سپری می‌کند. اگر مسئولیت اجتماعی شرکت را یک فرآیند نظام‌مند، که پیش از شروع صنعت در منطقه و تا بعد از اجرا، پیامدهای‌های پروژه ادامه دارد، در نظر بگیریم؛ مدیریت مسئولیت اجتماعی توسط صنعت عنصر مهمی به حساب می‌آید.

عدم مدیریت مسئولیت اجتماعی از پیش از شروع پروژه‌ها، اجرا و پس از اجرا ادامه دارد که منتج به بی‌تعهدی در ابعاد قانونی، محیط‌زیست، اقتصادی، اجتماعی، نوع دوستانه و عدم شفافیت که نهایتاً باعث عدم نهادینه شدن مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی شده است. به طوری که می‌توان نتیجه گرفت مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در پارس میانی نه تنها انتظارات اجتماع محلی را برآورده نکرده است بلکه در تضاد با توسعه پایدار است؛ زیرا پایداری صنعت با پایداری اجتماع محلی که جنبه‌های زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی دارد سازگار نیست. در مجموع می‌توان بیان کرد مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت و گاز، به‌عنوان یک مؤلفه مهم استراتژی صنعت نفت و گاز در اجتماع محلی نهادینه‌سازی نگردیده است.

پیشنهادها

همان طور که نظریه مسؤلیت اجتماعی شرکتی کارول، کارول و شعبانا و یافته‌های پژوهش نشان داد مسؤلیت اجتماعی شرکت، دامنه‌ای از ابعاد قانونی، اقتصادی، محیط‌زیست، اخلاق، فعالیت‌های نوع دوستانه و تعهدات اجتماعی را در برمی‌گیرد که جوامع محلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. آن گونه که در بخش نظری پژوهش مطرح گردید، هیچ تفاهمی در مورد مسؤلیت اجتماعی شرکت وجود ندارد. هر اندیشمند یا شرکتی بر اساس استراتژی‌های خود به تعریف و عملیاتی کردن مسؤلیت اجتماعی می‌پردازد. در همین زمینه شاید اولین قدم در راستای عملیاتی کردن این مفهوم؛ تدوین استراتژی مسؤلیت اجتماعی شرکت توسط صنعت نفت و گاز با مشارکت اجتماع محلی برای محیطی که در آن فعالیت می‌کند باشند. صنعت نفت و گاز جهت تدوین استراتژی مسؤلیت اجتماعی می‌باید درک کاملی از شرایط اجتماع محلی قبل از حضور صنعت و بعد از آن داشته باشد. چنین درکی می‌تواند به صنعت کمک کند تا آگاهانه تصمیماتی بگیرد و سپس استراتژی‌های خودشان را به شکل موثری پیاده نمایند.

مداخله آموزشی در مسؤلیت اجتماعی شرکت، از دیگر اقدامات مفیدی است که زمینه ساز تغییر نگرش کارکنان صنعت در این مورد است و می‌تواند در نهادینه شدن مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت و گاز کمک قابل توجهی نماید. می‌توان گفت مسؤلیت اجتماعی شرکتی حداقلی صنعت نفت، ارائه آموزش‌های مسؤلیت اجتماعی به کارکنان و مدیران صنعت است.

- اصلاح و مناسب سازی ساختار و اجرای مسؤلیت اجتماعی شرکت در شرکت‌های اصلی و فرعی تابعه وزارت نفت جهت اجرای به موقع مسؤلیت اجتماعی شرکت توسط صنعت نفت و گاز در جوامع پیرامونی.

- اختصاص دو واحد درسی با عنوان مسؤلیت اجتماعی شرکت برای رشته‌های فنی و مهندسی به‌ویژه رشته‌های مرتبط با صنعت نفت و گاز، به فهم بهتر مدیران و کارشناسان در این مورد کمک خواهد کرد.

- نهادینه کردن مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در سیاست گذاری‌ها، عملیات و راهبردهای وزارت نفت به طور کلی و شرکت‌های اصلی و تابعه به طور اختصاصی، ایجاد بخشی در تارنمای هر شرکت جهت درج گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت (گزارش پایداری شرکت) در خصوص اجتماع پیرامونی شرکت‌های وابسته به وزارت نفت به‌ویژه در حوزه جامعه محلی بطوری که دسترسی برای عموم فراهم باشد که مقدمات چنین کاری قبل از هر چیزی این است که مسئولیت اجتماعی شرکت از اجزای درونی استراتژی اصلی آنان باشد.

- مسئولیت اجتماعی شرکتی تا حدود زیادی به توسعه پایدار ارتباط دارد که به اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیست بر می‌گردد، اقدام در این زمینه می‌تواند موارد کلی را برای سازمان‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی تعیین کند.

- پیشگیری از آلودگی بیشتر توسط صنعت در محیط طبیعی منطقه با نئوفلرینگ کردن پالایشگاه‌ها و ایجاد محیطی سبز برای جامعه محلی از قبیل درختکاری.

- پاسخگویی شرکت‌های مستقر در منطقه پارس نسبت به تأثیر تصمیمات و فعالیت‌ها بر جامعه، محیط‌زیست و اقتصاد به‌ویژه در پیامدهای منفی؛ آشکار، شفاف باشد یعنی تصمیمات و فعالیت‌هایی که نسبت به آنها مسئول است را به صورت شفاف بیان نموده و اخلاقی رفتار نماید و بر اصول اخلاقی صداقت، درستی و برابری تأکید ورزد.

منابع

- استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ (۱۳۹۴)، *استاندارد مسؤلیت اجتماعی سازمان‌ها*، ترجمه: علیرضا امیدوار، نشر گندمان، چاپ سوم.
- ایمان، محمد تقی و بذرافکن، مهتا. (۱۳۹۴)، درک معنایی زنان منطقه عسلویه از مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها، *مجله زن در توسعه و سیاست*، دوره ۱۳ شماره ۱: ۲۲-۱.
- جزئی، نسرین؛ گودرزی، علی محمد؛ خارستانی، طاهره؛ موسوی، آرش؛ طالبیان، سیدامیر؛ کرمانشاه، علی و محمدخانی، سمانه. (۱۳۹۵) *مسؤلیت اجتماعی شرکت نیاز هزاره جدید*، انتشارات شرکت هزاره سوم، چاپ دوم.
- کاوسی، احمد؛ نسرین جزئی و گودرزی، علی محمد. (۱۳۹۳)، *مسؤلیت اجتماعی استراتژیک شرکت*، سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
- کیانی، داود. (۱۳۹۵)، *مسؤلیت‌های اجتماعی*، شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران، همایش مسؤلیت اجتماعی شرکت-مسؤلیت اجتماعی صنعت نفت، تهران، موسسه پژوهش در مدیریت و برنامه ریزی انرژی، دانشگاه تهران.
- هاشمی، سیداحمد و همراهی، مهرداد. (۱۳۹۵)، *مسؤلیت پذیری اجتماعی*، سومین کنفرانس بین المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، استانبول- ترکیه.
- جمعه پور، محمود؛ کاظمیان، غلامرضا و دهقانی، معصومه. (۱۳۹۵)، تأثیرات پروژه‌های صنعتی بر توانمندسازی جوامع محلی، *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*. دوره ۷ شماره ۳: ۴۸۵-۴۷۰
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۲)، *روش تحقیق کیفی ضد روش* ۱. انتشارات جامعه شناسان. چاپ دوم.
- طالبیان، سیدامیر و عمرانی مجد، عبدالله. (۱۳۸۶)، *ارزیابی تأثیرات اجتماعی پروژه‌های صنعت نفت و گاز*. *مجله مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت*، سال اول، شماره ۱.
- خلیج آبادی فراهانی، فریده و سرایی، حسن. (۱۳۹۵). "واکاوی شرایط زمینه ساز قصد و رفتار تک فرزندی در تهران". *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*. دوره ۱۸، شماره ۷۱: ۵۸-۲۹.

- Bala Ramasamy, Mathew Yeung. (2009). Chinese Consumers' Perception of Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, volume 88, pages119–132
- Basu kunal, Palazzo Guido. (2007). Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management, Review*, 33 (1).
- Carroll- Archi. Kareem M. Shabana (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice, *British academy of mnagment*. Volume12, Issue1.
- Carroll, Archie. (1999). "Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct", *Business and Society*, Vol. 38 No. 3, pp. 268-295.
- Carroll, Archie. (2000). "Ethical challenges for business in the new millennium: corporate social responsibility and models of management morality", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 10 No.1,pp. 33-42.
- Christina L. Anderson and Rebecca L. Bieniaszewska. (2005). The role of corporate social responsibility in an oil company's expansion into new territories. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management Corp. Soc. Responsib. Environmental Managment*. 12, 1–9
- Crane, Andrew and Matten, Dirk. (2007). Corporate Social Responsibility as a Field of Scholarship . London: *Sage*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1865404>.
- Dumitru, Valentin; Ionescu, Iuliana; Calu, Adriana; Oancea, Mirela (2011) :An Investigation Regarding the Disclosure of Corporate Social Responsibility Information for Listed Companies from Romania, *Amfiteatru Economic Journal*, ISSN 2247-9104, The Bucharest University of Economic Studies, Bucharest, Vol. 13, Iss. 29, 146-161.
- Du, shuili. Vieira Jr, Edward T (2012). Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility:Insights from Oil Companies, *Journal of Business Ethics*, volume 110, pages413–427.
- Garriga, Elizabet. , & Melé, Domenec. (2004). "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory". *Journal of Business Ethics*, VOL. 53, No. 1,2. Pp 51–71.
- Grbac, Bruno., & Loncaric, Dina. (2009). Ethics, Social Responsibility and Business Performance in a Transition Economy. *Euro Med Journal of Business*, 4 (2), 143-158.
- Hsiu-Fang Hsieh, Sara E. Shanon (2016). Three approches to qualitative content analysis , *Qualiti Ativeheal Thresearch*, Vol 5, No, 9. 1277-1288. <https://www.omv.com/en/sustainability>

- Marwan Al-Shammari. (2015). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: The Moderating Role of Reputation and Institutional Investors, *International Journal of Business and Management*, 10 (6).
- Matten, D., & Moon, J. (2008). Implicit and explicit CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *The Academy of Management Review*, 33 (2), 404-424.
- McWilliams, Abigail. Siegel, Donald S. Wright, Patrick M (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of management Studies*. Volume 43, Issue 1. 1-18
- Obeidat, Badar Yousef. Altheeb, Sura, Masa'deh, Ra'ed (2018). The Impact of Internal Corporate Social Responsibility on Job Satisfaction in Jordanian Pharmaceutical Companies. *Modern Applied Science*; Vol. 12, No. 11.
- Phiri, Obby. Elisavet Mantzari. Pauline Gleadle. (2018). Stakeholder interactions and corporate social responsibility (CSR) practices Evidence from the Zambian copper mining sector. Accounting, Auditing & Accountability *Journal* © Emerald Publishing Limited 0951-3574.
- Ramasam, bala. & Yeung, Mathew. (2009). Chinese Consumers' Perception of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 88, 119-132.
- Tuan, Luu. Trong. (2012). Corporate social responsibility, ethics, and corporate governance. *Social Responsibility Journal*, 8 (4), 547-560.
- Turker, D. (2009). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, 89, 189-204.