

Identifying and Explaining the Factors Affecting the Role of Social Responsibilities in Virtue-Based Organizations (Case Study: Astan Quds Razavi)

Hamid Zare*

Reza Tahmasabi**

Mohammad Delbari***

Extended Abstract

Introduction and Objectives

The social responsibility of the organization is a relatively new category that is rapidly expanding among different organizations, and it points out that organizations should be more careful about the consequences and effects of their activities and the effects in connection with the surrounding environment, society, and society members (Pourali and Dadashi, 1401). Organizational virtue, as a hybrid concept of positive psychology and business ethics, refers to general organizational ethical characteristics that are embodied by the collective or individual, in the atmosphere, structure, and policy procedures of an organization (Bright et al., 2006; Liu, 2012). In recent years, the positive effects of organizational virtues on individuals and organizations have received increasing academic attention. The development of digital technology has led to changes in business models and organizational patterns, etc., as well as the creation of work behaviors beyond the scope of employee responsibilities and how to improve the constructive behaviors of employees in new work conditions.

* Professor, Faculty of Management and Accounting, Farabi School, University of Tehran, Tehran, Iran (corresponding author), hzarea@ut.ac.ir.

** Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, Farabi School, University of Tehran, Tehran, Iran, rtahmasebi@ut.ac.ir.

*** Ph.D. student of Public Administration, Human Resources, Ares Campus, University of Tehran, Tehran, Iran, Delbari20@gmail.com.

Many researchers and scholars have emphasized that the concept of organizational virtue had better become one of the management research topics in the world and listed important reasons for the revival of virtue-based ethics (Gavin and Mason, 2014; Lilius et al., 2018; Moore and Biddle, 2016; Park and Peterson, 2013). For this purpose, during the last several decades, various religious organizations have sought to expand ethics and virtue in multiple ways, such as drafting ethics charters, rules and standards of conduct, ethical education, ethical management, ethical decision-making, ethical culture and atmosphere, and ethical infrastructure. They have lost a lot of time and money. Ethics is now presented in the organization in the form of the organization's charter of ethics and the rules of professional behavior.

In this research, the researcher is looking for an answer to this basic question: which factors are effective in fulfilling social responsibilities in virtue-oriented organizations, especially Astan Quds Razavi?

Method

Qualitative research is a process of research that extracts data from the context in which the events occur and tries to understand these events through the process in which it is embedded the perspective describes the participants in them and uses inference tools to create possible explanations based on the observed phenomenon (Khanifar and Zarondi, 1389). This research is applied in one of the mission-oriented organizations such as Astan Quds Razavi, and in terms of data collection, it is descriptive and exploratory. To analyze the qualitative data, a thematic analysis method, and semi-structured interview method were used.

Thematic analysis is one of the methods of qualitative analysis based on which the text of qualitative interviews is reduced and segmented, categorized and summarized, and then reconstructed in such a way that the important concepts within the collection are extracted from the data (Abedi Jafari et al., 2019). The steps of the theme analysis method include 1-familiarity with the data, 2-creating primary identifiers and identification, 3-searching and recognizing the themes, 4-drawing the theme network, and 5-analyzing the theme network. In terms of purpose, this research is practical and in terms of data collection, it is descriptive and

exploratory, and qualitative data analysis tools including thematic analysis were used. The statistical population of the research included managers active in the field of social responsibilities in the Astan Quds Razavi, and finally 10 people were determined in a targeted and accessible way, and they were interviewed.

To explore the data, the semi-structured interview tool of the thematic analysis method was used. Before conducting the interview in person and by phone, the researcher made the necessary coordination with the experts regarding the possibility and time of conducting the interview and at the beginning of each interview, the concept of the phenomenon under study, i.e. social responsibilities and the purpose of conducting the research were explained. This is emphasized that the research results will only be used for research purposes and their identities and names will be kept confidential if they wish. Lastly, according to the semi-structured nature of the research and the data obtained from the research literature, to clarify the answers provided, other questions were asked following the answers of the interviewees. At the end of each interview, the experts were asked to provide any other information to clarify the answer to the research question. According to the data obtained from reviewing the records and using a semi-structured interview, the interviewees were allowed to express their views freely. After each interview, the text of the interviews was carefully implemented. To analyze the interviews, all independent ideas were identified in the form of concepts and sub-themes, and then a code was assigned to each one. This was done for each of the conducted interviews. Then, based on the identified themes, more comprehensive categories were made and led to the identification of the main themes related to the research.

Results

In these researches, components such as the way of guiding and leading the organization towards systematizing the process of creating discourse on the principles of social responsibilities, structural development, technical development, culture building, education, etc., are in accordance with the concepts of responsibility. Social issues in all micro and macro levels and different organizational levels have been considered. Astan Quds Razavi, due to its special nature and mission, needs to pay attention to the principles of social

responsibilities in the direction of social capital management so that it can carry out the projects in a favorable way with the participation of the members of the society. These factors are in the dimension of the organization's structure and preparations, which oversees the set of actions that create the alignment and association of the actions of the executive elements of the organization in line with social responsibilities in virtue-oriented organizations. This includes the development of executive guidelines and procedures, social responsibility policy, laws related to the company's social responsibilities, organizational limits and controllers, and the development of a vision in the field of the implementation of the social responsibility approach. For this purpose, in this article, an attempt was made to discuss and investigate the factors affecting the management of human resources based on social responsibilities according to the nature of Astan Quds Razavi. Social affairs in the headquarters of Astan Quds Razavi, to identify and collect the desired dimensions and components, and a set of factors that can be effective in this area were identified.

Discussion and Conclusions

Social responsibility is an important driver in paying attention to society as the main beneficiary of organizations' activities. Experts believe that ethics emphasizes the way an individual behaves inside the organization, but social responsibility considers the way the organization treats its employees, shareholders, and stakeholders. A review of the theoretical literature makes it clear that; one of the four dimensions of social responsibility is the moral dimension. It means that organizations are expected to respect people's values norms and beliefs and pay attention to ethical issues in their work and activities, just like other members. That is, instead of being synonymous with social responsibility, ethics is recognized as one of the dimensions of social responsibility. With the reviews of related articles and research, many researchers have pointed to the prominent role of social responsibilities in virtue-based organizations in guiding, leading, stimulating, persuading, and human resources in the development of concepts related to social responsibilities. In these researches, components such as the way of guiding and leading the organization towards systematizing the process of creating discourse on the principles of social responsibilities, structural development,

technical development, culture building, education, etc., are by the concepts of responsibility. Social issues at all micro and macro levels and different organizational levels have been desired.

Acknowledgement

We are grateful to the managers and officials of Astan Quds Razavi for their sincere cooperation.

Conflict of Interests

There is no conflict of interest in this article.

Keywords: Social responsibilities, Virtue-oriented organization, Astan Quds Razavi, Thematic analysis.



شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور (مورد مطالعه: آستان قدس رضوی)

حمید زارع*
رضا طهماسبی**
محمد دلبری***

چکیده تفصیلی

زمینه و هدف: فضیلت سازمانی، به عنوان مفهومی ترکیبی از روان‌شناسی مثبت و اخلاق تجاری، به ویژگی‌های کلی اخلاقی سازمانی اشاره دارد که توسط جمعی یا فردی، جو، ساختار و رویه‌های خط مشی در یک سازمان تجسم می‌یابد. در سال‌های اخیر، تأثیرات مثبت فضایل سازمانی بر افراد و سازمان‌ها مورد توجه دانشگاهی فزاینده‌ای قرار گرفته است. توسعه فناوری دیجیتال منجر به تغییر در مدل‌های کسب و کار و الگوهای سازمانی و غیره و همچنین ایجاد رفتارهای کاری فراتر از حیطه مسئولیت کارکنان و نحوه ارتقای رفتارهای سازنده کارکنان در شرایط جدید کاری نیز شده است. تبدیل شدن به موضوعی کانونی در حوزه رفتار سازمانی و منابع انسانی. رفتار حمایتی یک رفتار فرا نقشی است که در آن کارکنان ایده‌های سازنده‌ای را برای بهبود وضعیت کاری یا سازمانی خود آغاز می‌کنند. این رفتار بیشتر با ویژگی‌های انگیزشی بیرونی و سازمانی خود فرد مرتبط است. بنابراین، این امکان وجود دارد که فضیلت سازمانی یک متغیر پیشین مهم رفتار سازنده کارکنان باشد. بررسی ادبیات مربوطه نشان می‌دهد که مطالعات رابطه بین فضیلت سازمانی و متغیرهای پیامد مرتبط را بررسی کرده‌اند، اما مطالعات کمتری رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار سازنده کارکنان را بررسی کرده‌اند. بنابراین، این مطالعه تأثیر فضیلت سازمانی را بر رفتار سازنده کارکنان در زمینه چینی بررسی می‌کند. با توجه به عرصه‌های فعال آستان قدس رضوی، ذینفعان مختلفی از آحاد و اقشار جامعه

* استاد، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
hzarea@ut.ac.ir
** دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
rtahmasebi@ut.ac.ir
*** دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، پردیس ارس، دانشگاه تهران، تهران، ایران
Delbari20@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۷

به عنوان سرمایه‌های اجتماعی این سازمان قرار دارند که ایجاب می‌نماید نسبت به اتخاذ رویکردهای مسئولیت‌های اجتماعی اقدام ویژه‌ای به عمل آید. بر اساس اسناد بالادستی کشور مطابق با بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، پیشرفت اسلامی - ایرانی، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های اداری ابلاغی توسط مقام معظم رهبری، توجه به تعالی سازمانی توسط سازمان‌ها و نهادهای دولتی تأکید شده است که در این راستا؛ آستان قدس رضوی که در پایتخت مذهبی و شیعه جهان اسلام قرار دارد می‌بایست خود را نسبت به اتخاذ ملاحظات، تدابیر، راهبردها و سیاست‌های متمرکز، جامعه و یکپارچه به منظور توسعه‌ی مبانی مسئولیت‌های اجتماعی اقدام نماید و از تبعات و چالش‌های عدم توجه به این مقوله، خود را مصون دارد. عدم توجه آستان قدس رضوی به مقوله مسئولیت‌های اجتماعی شامل ۱. ریزش سرمایه‌های اجتماعی؛ ۲. اصطکاک فکری و عملکردی با اقشار مختلف جامعه؛ ۳. اشاعه‌ی رفتارهای انحرافی و سوء در بین مدیران و کارکنان؛ ۴. منحرف شدن از مأموریت اصلی و توجه و تکریم زائران مقدس بارگاه امام رضا (علیه السلام)؛ ۵. افزایش هزینه‌های ناشی از خروج سهامداران در بخش‌های اقتصادی؛ ۶. آسیب و خدشه به مبانی اصلی انقلاب اسلامی؛ ۷. تحت الشعاع قرار گرفتن اصول اجتماعی و فرهنگی سازمان می‌باشد. بر اساس چالش‌ها و مطالب بیان شده، در این تحقیق محقق به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است که الگوی مسئولیت‌های اجتماعی در آستان قدس رضوی به عنوان یک سازمان فضیلت‌محور به چه صورت می‌باشد به عبارت دیگر محقق به دنبال شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه‌ی رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی در بین منابع انسانی سازمان آستان قدس رضوی می‌باشد؟

روش تحقیق: این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها به صورت توصیفی از نوع اکتشافی است و از ابزار تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی شامل تحلیل مضمون استفاده شد. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران فعال در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی در وزارت آستان قدس رضوی بودند که در نهایت ۱۰ نفر به روش هدفمند و در دسترس تعیین شدند که نسبت به انجام مصاحبه از آن‌ها اقدام شد.

یافته‌ها: در این پژوهش‌ها مؤلفه‌هایی چون نحوه هدایت و راهبری سازمان به سمت سیستماتیک نمودن روند گفتمان‌سازی اصول مسئولیت‌های اجتماعی، توسعه ساختاری، توسعه فنی، فرهنگ‌سازی، آموزش و... متناسب با مفاهیم مسئولیت‌های اجتماعی در تمامی لایه‌های خرد و کلان و سطوح مختلف سازمانی مورد نظر بوده است. آستان قدس رضوی به دلیل ماهیت و مأموریت ویژه آن، نیازمند توجه به اصول مسئولیت‌های اجتماعی در راستای مدیریت سرمایه اجتماعی است تا بتواند با مشارکت و سهم شدن آحاد جامعه، پروژه‌ها به نحو مطلوبی پیش ببرد. این عوامل در بُعد ساختار و تمهیدات سازمانی که ناظر بر مجموعه اقداماتی است که همراستایی و همسویی اقدامات ارکان اجرایی سازمان را در راستای مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محوری ایجاد می‌کند که شامل تدوین دستورالعمل‌ها و رویه‌های اجرایی،

تدوین خط مشی مسئولیت‌های اجتماعی، تدوین قوانین مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی شرکت، تدوین محدودکننده‌ها و کنترل‌کننده‌های سازمانی و تدوین چشم انداز در عرصه پیاده‌سازی رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد. بُعد گفتمان‌سازی که ناظر بر فرهنگ‌سازی اصول مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت محور می‌باشد شامل رفتارسازی مبتنی بر دوستی و مروت با آحاد جامعه، فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی اصول کرامت انسانی و توسعه نگرش مدیران نسبت به اهداف فضیلت محور می‌باشد، زیرسخت‌های شبکه‌های اجتماعی شامل به کارگیری شبکه‌های اجتماعی در راستای مشارکت اجتماعی، استفاده از فرصت‌های تحول دیجیتال در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی و توسعه یکپارچه شبکه‌های اجتماعی ملی با نگاه جذب سرمایه اجتماعی می‌باشد، تدوین قوانین و دستورالعمل‌ها شامل تدوین دستورالعمل‌ها و رویه‌های اجرایی، تدوین خط‌مشی مسئولیت‌های اجتماعی و تدوین قوانین مرتبط با سرمایه‌های اجتماعی شرکت می‌باشد همچنین تدوین محدودیت‌ها کنترل‌کننده‌ها شامل تدوین محدودکننده‌ها و کنترل‌کننده‌های سازمانی و تدوین چشم‌انداز در عرصه اجرای مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد. فرآیندها و رویه‌ها شامل طراحی فرآیندهای مدیریت منابع انسانی مبتنی بر رعایت اصول زیست محیطی، پرداخت حقوق و دستمزد در تراز انقلاب اسلامی و تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد بر اساس مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌های اجتماعی، فضیلت‌محور، آستان قدس رضوی، تحلیل مضمون.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی سازمان مقوله‌ای به نسبت جدید است که به سرعت در حال گسترش در میان سازمان‌های مختلف است و این موضوع را یادآوری می‌کند که سازمان‌ها باید به پیامدها و تأثیرات فعالیت‌های خود دقت بیشتری داشته باشند و تأثیرات آنها را بر محیط پیرامون، جامعه و اعضای جامعه در نظر بگیرند (پورعلی و داداشی، ۱۴۰۱). فضیلت سازمانی، به عنوان مفهومی ترکیبی از روان‌شناسی مثبت و اخلاق تجاری، به ویژگی‌های، کلی اخلاقی سازمانی اشاره دارد که توسط جمعی یا فردی، جو، ساختار و رویه‌های خط‌مشی در یک سازمان تجسم می‌یابد (عابدی و همکاران، ۱۳۹۵).

در سال‌های اخیر، تأثیرات مثبت فضایل سازمانی بر افراد و سازمان‌ها مورد توجه دانشگاهی فزاینده‌ای قرار گرفته است. توسعه فناوری دیجیتال به تغییر در مدل‌های کسب‌وکار و الگوهای سازمانی و غیره و همچنین ایجاد رفتارهای کاری فراتر از حیطه مسئولیت کارکنان و نحوه ارتقای رفتارهای سازنده کارکنان در شرایط جدید کاری نیز منجر شده است. تبدیل شدن به موضوعی قانونی در حوزه رفتار سازمانی و منابع انسانی. رفتار حمایتی یک رفتار فرانت‌شسی است که در آن کارکنان ایده‌های سازنده‌ای را برای بهبود وضعیت کاری یا سازمانی خود آغاز می‌کنند (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۴). این رفتار بیشتر با ویژگی‌های انگیزشی بیرونی و درونی و سازمانی خود فرد مرتبط است. بنابراین، این امکان وجود دارد که فضیلت سازمانی یک متغیر پیشین مهم رفتار سازنده کارکنان باشد. بررسی ادبیات مربوطه نشان می‌دهد که مطالعات، رابطه بین فضیلت سازمانی و متغیرهای پیامد مرتبط را بررسی کرده‌اند؛ اما مطالعات کمتری رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار سازنده کارکنان را بررسی کرده‌اند. بنابراین، این مطالعه تأثیر فضیلت سازمانی را بر رفتار سازنده کارکنان در زمینه چینی بررسی می‌کند (آراگون و همکاران، ۲۰۲۰^۱؛ رحمان و همکاران، ۲۰۲۱^۲).

هدف از برنامه‌های مسئولیت اجتماعی، ترغیب سازمان‌ها به انجام فعالیت‌های اخلاقی (یو و همکاران، ۲۰۲۰^۳) است که در راستای تحقق اهداف و منافع اقتصادی، اثرات نامطلوب سازمان بر جامعه و محیط فعالیت را به حداقل ممکن می‌رساند (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۸). مصادیقی در سازمان‌های دولتی وجود دارد که باعث می‌شود مسئولیت‌های اجتماعی دچار خدشه شود که شامل فساد اداری، انحراف از وظایف منظم مقامات دولتی در جهت منافع اجتماعی و خانوادگی و کسب درآمدهای مالی و نوع خاصی از نفوذ برای مسائل شخصی است (ثابت، ۱۳۹۹).

1. Aragon et al

2. Rahman et al

3. Yu et al

عدم توجه و پایبندی سازمان‌ها و مدیران به وظیفه و مسئولیت‌های اجتماعی خود باعث شده است که بسیاری از دولت‌ها و حتی سازمان‌های دولتی، سیاست‌هایی را در مورد مسئولیت‌ها و تعهدات خود وضع کنند یا خواستار وضع آن شوند (بابایی و فانی، ۱۴۰۰). در این بین، در کشور ایران سازمان‌ها با ماهیت‌ها و مأموریت‌های مختلفی در حال فعالیت هستند که شامل سازمان‌های آموزش‌محور، سلامت‌محور، امنیت‌محور، خدمت‌محور، رسالت‌محور و فضیلت‌محور یا ارزش‌مدار هستند. سازمان‌های فضیلت‌محور، به سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که رکن اساسی آن اخلاق‌مداری و نگاه ویژه به شئون فضیلت است؛ یعنی با خودکنترلی (کامرو و همکاران، ۲۰۰۴). رشد و شکوفایی ویژگی‌های اخلاقی انسانی کوپ و همکاران^۲ (۲۰۲۱)، تعهد انسانی (دوس و همکاران، ۲۰۲۱)^۳، بالندگی (دومونت و همکاران، ۲۰۱۷)^۴ هدفمندبودن انسان و اصول پیشرفت انسانی ارتباط دارد.

با توجه به اصول و مبانی انقلاب اسلامی، در پدو تشکیل نظام مقدس جمهوری اسلامی، برخی از سازمان‌ها با نگاه ارزش‌مدارانه، مأموریت‌محور و فضیلت‌محور در کشور تأسیس شدند که یکی از این سازمان‌ها، آستان قدس رضوی است. آستان قدس رضوی که از زمان ثبت اولین موقوفه آن بیش از هزار سال می‌گذرد، به‌عنوان بزرگ‌ترین بنیاد عام‌المنفعه جهان شناخته شده است. این سازمان که دارای ۶۰ شرکت و مؤسسه وابسته است در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی فعالیت می‌کند.

با توجه به عرصه‌های فعال این سازمان، ذینفعان مختلفی از آحاد و اقشار جامعه به‌عنوان سرمایه‌های اجتماعی این سازمان قرار دارند که ایجاد می‌نماید نسبت به اتخاذ رویکردهای مسئولیت‌های اجتماعی اقدامی ویژه به‌عمل آید. براساس اسناد بالادستی کشور مطابق با بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، پیشرفت اسلامی - ایرانی، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های اداری ابلاغی مقام معظم رهبری، توجه به تعالی سازمانی توسط سازمان‌ها و نهادهای دولتی تأکید شده است که در این راستا، آستان قدس رضوی، که در پایتخت مذهبی و شیعه جهان اسلام قرار دارد، باید خود را نسبت به اتخاذ ملاحظات، تدابیر، راهبردها و سیاست‌های متمرکز، جامع و یکپارچه به‌منظور توسعه مبانی مسئولیت‌های اجتماعی اقدام نماید و از پیامدها و چالش‌های عدم توجه به این مقوله، خود را مصون دارد.

-
1. Cameron et al
 2. Cop et al
 3. Dost et al
 4. Dumont et al

عدم توجه آستان قدس رضوی به مقوله مسئولیت‌های اجتماعی شامل ۱. ریزش سرمایه‌های اجتماعی؛ ۲. اصطکاک فکری و عملکردی با اقشار مختلف جامعه؛ ۳. اشاعه رفتارهای انحرافی و سوء در بین مدیران و کارکنان؛ ۴. منحرف شدن از مأموریت اصلی و توجه و تکریم زائران مقدس بارگاه امام رضا (علیه السلام)؛ ۵. افزایش هزینه‌های ناشی از خروج سهامداران در بخش‌های اقتصادی؛ ۶. آسیب و خدشه به مبانی اصلی انقلاب اسلامی؛ ۷. تحت‌الشعاع قرار گرفتن اصول اجتماعی و فرهنگی سازمان می‌باشد. براساس چالش‌ها و مطالب بیان شده، در این تحقیق محقق به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است که الگوی مسئولیت‌های اجتماعی در آستان قدس رضوی به عنوان یک سازمان فضیلت‌محور به چه صورت می‌باشد به دیگر سخن، پژوهشگر به دنبال شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی در بین منابع انسانی سازمان آستان قدس رضوی می‌باشد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئولیت‌های اجتماعی

مسئولیت اجتماعی موضوعی جدید نیست؛ اما به نظر می‌رسد که افزایش علاقه در میان دانشگاهیان و متصدیان به مسئولیت اجتماعی به دلیل منفعت‌هایی تازه و جدید باشد که مسئولیت اجتماعی برای اقتصاد، جامعه و محیط‌زیست دارد (عنایتی و رئیسی، ۱۴۰۱). در مطالعات جدید نیز این امر ثابت شده است که مسئولیت اجتماعی به طور فزاینده‌ای از فرهنگ، اجتماع و اقتصاد حاکم بر جامعه حمایت می‌کند (پورعلی و رجبی، ۱۳۹۹؛ آرمان و همکاران، ۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی راهبردی مقابله‌ای برای پاسخگویی به نگرانی‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و توسعه پایدار است. فورد مسئولیت اجتماعی را پیروی از قوانین اجتماعی و برآوردن انتظاراتی تعریف می‌کند که جامعه از فرد دارد.

کاستکو و بالزارووا مسئولیت اجتماعی را تعهد مداوم برای رفتار به شیوه اخلاقی و همراه با بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده‌هایشان به علاوه بهبود اجتماع و جامعه در مقیاس وسیع‌تر می‌دانند. پژوهشگران مسئولیت اجتماعی را ارزشی گران‌بها معرفی می‌کنند که بر دموکراسی و جامعه دموکراتیک تأثیر می‌گذارد (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۸). هولمه مسئولیت اجتماعی را درک مشترک مبنی بر افزایش رفتارهای اخلاقی در میان کارکنان و رشد و تعالی اعضای تعریف می‌کند (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

فضیلت محوری

اصطلاح «فضیلت» از یک مفهوم فلسفی چینی باستانی سرچشمه می‌گیرد که برای نخستین بار در ژونگ یونگ ظاهر شد: «بنابراین، یک شخص فاضل به فضیلت و کرامت اخلاقی احترام می‌گذارد»؛ یعنی فاضل به تزکیه اخلاقی احترام می‌گذارد و دانش و یادگیری را دنبال می‌کند. براساس آیین کنفوسیوس، «فضیلت» در اینجا به موهبت طبیعی انسان‌ها اشاره دارد. نوکنفوسیوسم مدرن نیز فضیلت را به عنوان ویژگی‌های اخلاقی تعریف می‌کند. درک «فضیلت» در فلسفه و اخلاق دو معنا دارد: یکی «فضیلت انسان» است که بر پرورش درونی «فضیلت» تأکید دارد و آن را حالتی آرمانی می‌داند؛ دیگری «جنبه بیرونی فضیلت» آن است که بر روی عمل بیرونی «فضیلت» تأکید می‌کند و آن را یک نظام رفتاری می‌داند و طرفدار آن است که گفتار و کردار انسان باید فضیلت انطباق با آداب و شخصیت آرمانی را داشته باشد. فضایل سازمانی، ویژگی‌های اخلاقی بالایی مانند خوش‌بینی، صداقت، اعتماد و بردباری است که سازمان ارائه می‌کند که زمینه سازمانی مناسبی را برای اعضای سازمان ایجاد می‌کند و احساس روان‌شناختی مدارا و مراقبت را در کارکنان ایجاد می‌کند. به عنوان کمک به رشد شخصی و توسعه شغلی آنها به نوبه خود کارکنان را تشویق می‌کند تا فعالانه در تبادل اجتماعی شرکت کنند و به طور فعال و مثبت ایده‌هایی را پیشنهاد کنند که به سازمان در افزایش مسئولیت پیشرفت سازمانی کمک می‌کند (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

سازمان فضیلت‌محور

سازمان‌های فضیلت‌محور به سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که براساس فضیلت‌های اخلاقی شکل می‌گیرند و مدیران و کارکنان آن انسان‌های فضیلت‌مدار هستند و ارتباطات و فعل و انفعالات سازمانی براساس فضایل اخلاقی تنظیم می‌شود. در سازمان‌های فضیلت‌محور، اصول و ارزش‌های سازمانی براساس منویات متعالی تدوین می‌شود و اهداف و آرمان‌های سازمانی براساس آن تعریف می‌شوند (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۸).

پیشینه تحقیق

کریمی و شیرانی (۱۴۰۲) در راستای توسعه سطح مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌ها به این نتیجه رسیدند که شرکت‌ها می‌توانند مزیت رقابتی را از سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده در برنامه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی مطابق با تئوری‌های مبتنی بر منابع و ذینفعان به دست آورند؛ اما

موفقیت این برنامه‌ها به پروفایل‌های راهبردی شرکت‌ها بستگی دارد. به نظر می‌رسد مزایای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت اگر با یک راهبرد جستجوگرمانند، که بر نوآوری متمرکز است، ترکیب شود از هزینه‌ها فراتر می‌رود. قاسمی و همکاران (۱۴۰۱) می‌نویسند: مهم‌ترین ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان به ترتیب اولویت شامل رعایت منشورهای اخلاقی، ارائه خدمات ارزان، میزان حمایت مالی/غیرمالی، رعایت قوانین و استانداردهای سازمانی، رعایت ملاک‌ها و ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی، تسهیل نیازها، تعهدپذیری و مسئولیت، توجه به رشد اخلاقی و فراگیران می‌باشند.

یزدانی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود نشان دادند که مؤلفه‌های اثرگذار در راستای ارتقای سطح فضیلت‌آفرینی در سازمان شامل راهبردهای سازمانی، ارتباطات سازمانی، اسناد بالادستی، پویایی محیطی و زیرساخت‌های فناورانه می‌باشد. کاشان پور و قربانی (۱۴۰۱) می‌نویسند: راهبرد کسب‌وکار به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر و تأثیرگذار در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش شرکت تأثیرگذار است. قاسمی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله خود به بررسی سیر تاریخی مسئولیت اجتماعی و تحلیل روابط آن در سازمان‌ها پرداختند و نشان دادند که مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یک عامل مهم در موفقیت و تداوم فعالیت بنگاه‌ها فرض می‌شود. ازسوی دیگر، مسئولیت اجتماعی مهارتی است که باعث بروز رفتارهایی می‌شود که مورد ارزش‌گذاری قرار می‌گیرند. این مهارت‌ها می‌توانند در روابط با دیگران نتایج مثبت و موفقیت‌آمیزی به‌وجود آورند و به احساس رضایت فردی و گروهی منجر شوند. این تحقیق سیر تاریخی و تحلیل مدل و روابط مسئولیت اجتماعی را بررسی می‌کند.

هندریکس و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «رهبری فضیلت‌گرا: منبع اعتماد و بهزیستی کارکنان» به روش پیمایش برخط به ارزیابی ۱۲۳۷ نفر از کارکنان سازمان‌های مختلف انگلیس و ایالات متحده پرداخته و نشان داده‌اند که تمامی ابعاد رهبری فضیلت‌گرا (احتیاطی خویش‌داری، عدالت، شجاعت و انسانیت) به‌مثابه یکی از شاخص‌های فضیلت‌گرایی سازمان بر بهزیستی شغلی و اعتماد بالاتر به سرپرستان مؤثر است.

اریکسن^۲ (۲۰۱۹) طی تحقیقی به تدوین مدل موردی رهبری فضیلت‌گرا در یکی از سازمان‌های نیجریه به روش کیفی و مبتنی بر مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و مکالمات غیررسمی اقدام نموده و نشان داده که رهبری فضیلت‌گرا در سازمان‌های بافضیلت، مبتنی بر بسترهای

1. Hendriks et al

2. Eriksen

شجاعت، فروتنی، انسانیت و حقیقت هست. بدین ترتیب، مسئله مدل‌سازی و طراحی الگوی سازمان‌های فضیلت‌گرا به جز در تعداد محدودی از پژوهش‌ها، چندان مورد توجه قرار نگرفته است. از این رو، در این پژوهش تلاش می‌شود تا شاخص‌های سازمان فضیلت‌گرا استخراج، به واسطه فن تحلیل عامل بزرگ خریدهای اصلی آن شناسایی و در نهایت، مدل اثربخش سازمان‌های فضیلت‌گرا تدوین و آزمون شود.

شکاف نظری تحقیق

به دلیل اهمیت مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها، پژوهش‌های گوناگونی در خارج و داخل کشور انجام شده است که می‌توان به چندین پژوهش مرتبط با آن اشاره کرد و همچنین، پژوهش‌هایی در زمینه، افزایش، سطح مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی انجام شده است و مطالعات متعدد دیگری نیز تأثیر فرهنگ و جو سازمانی را بر مسئولیت اجتماعی و معنویت سازمان بررسی و آن را تأیید کرده‌اند. برای نمونه، در یکی از این پژوهش‌ها نشان داده شده که فرهنگ سازمانی غنی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان و سازمان بیش از رهبری کارمحور تأثیر دارد؛ اما، پژوهش کامل و جامع که بتواند رابطه میان سازمان‌های فضیلت‌محور و مسئولیت اجتماعی را بسنجد، هنوز به چشم نمی‌خورد. با بررسی ادبیات پژوهش مشخص شد که تاکنون نقش فضیلت‌محوری سازمان‌ها در افزایش سطح مسئولیت اجتماعی کارکنان بررسی نشده است. از این رو، رسالت این مقاله، بررسی و تبیین الگوی مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور مانند سازمان آستان قدس رضوی است.

روش تحقیق

از آنجایی که تحقیق کیفی فرآیندی از تحقیق است که داده‌ها را از زمینه‌ای استخراج می‌کند که رویدادها در آن رخ می‌دهد و می‌کوشد این رویدادها را از طریق فرآیندی که در آن، جاسازی شده است و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان در آنها را وصف و از ابزار استنتاج برای ایجاد تبیین‌های ممکن براساس پدیده مشاهده شده، استفاده کند (خنیفر، ۱۳۸۹). این تحقیق از منظر هدف با توجه به اینکه در یکی از سازمان‌های مأموریت‌محور مانند آستان قدس رضوی انجام می‌شود به صورت کاربردی و از منظر گردآوری داده‌ها به صورت توصیفی از نوع اکتشافی می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل مضمون و شیوه مصاحبه نیمه ساختارمند استفاده شده

است. تحلیل مضمون یکی از روش‌های تحلیل کیفی است که براساس آن متن مصاحبه‌های کیفی کاهش می‌یابد و بخش‌بندی، مقوله‌بندی و تلخیص و سپس به‌گونه‌ای بازسازی می‌شود که مفاهیم مهم درون مجموعه‌ای از داده‌ها استخراج شود (عابدی‌جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). مراحل روش تحلیل مضمون شامل ۱. آشنایی با داده‌ها؛ ۲. ایجاد شناسه‌های اولیه و شناسه‌گذاری؛ ۳. جستجو و شناخت مضمون‌ها؛ ۴. ترسیم شبکه مضمون‌ها و ۵. تحلیل شبکه مضمون‌هاست. در ادامه، به گام‌های طی شده در تحقیق حاضر پرداخته می‌شود:

گام اول: تعیین دستورالعمل مصاحبه مبتنی بر مبانی نظری و در راستای مسئولیت‌های اجتماعی که در این گام پژوهشگر از طریق مؤلفه‌های استخراج‌شده از مبانی نظری سعی می‌کند مسیر هدایت مصاحبه‌ها در جهت دستیابی به اهداف تحقیق را صورت دهد و با طراحی ۱۰ سؤال نسبت به برگزاری مصاحبه‌ها اقدام نماید؛

گام دوم: جمع‌آوری نظرات و استخراج کدهای اولیه و پایه که براساس مراحل اجرایی روش تحلیل مضمون، محقق کدهای پایه را شناسایی می‌کند؛

گام سوم: دسته‌بندی محتوایی کدها در قالب مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر که در این گام پژوهشگر براساس محتوا و ماهیت هر یک از کدهای پایه نسبت به پالایش و دسته‌بندی کدها در قالب مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر اقدام می‌کند؛

گام چهارم: طراحی الگوی مفهومی و شبکه‌ای که با توجه به کدهای به‌دست‌آمده از فرآیند مصاحبه، پژوهشگر براساس نوع ارتباطات تعیین‌شده بین مؤلفه‌ها، الگوی شبکه‌ای تحقیق را طراحی می‌کند.

جامعه و نمونه آماری تحقیق

جامعه آماری تحقیق را مدیران مرتبط با حوزه مسئولیت‌های اجتماعی، دارای بیش از پانزده سال سابقه فعالیت در سازمان، دارای مدرک تحصیلاً دکترا و رشته تخصصی مدیریت در ستاد نهاد آستان قدس رضوی تشکیل می‌دهند که نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و در دسترس می‌باشد که به تعداد ۱۰ نفر تا رسیدن به اشباع نظری در نظر گرفته شد که مشخصات جمعیت‌شناختی آنان به‌صورت جدول ۱ می‌باشد:

جدول ۱: مشخصات جمعیت‌شناختی تحقیق

۸	مرد	جنسیت
۲	زن	
۳	کارشناسی ارشد	تحصیلات
۷	دکتر	
۱	بین ۵ تا ۱۰ سال	سابقه کار
۲	بین ۱۰ تا ۱۵ سال	
۳	بین ۱۵ تا ۲۰ سال	
۲	بین ۲۰ تا ۲۵ سال	
۲	بین ۲۵ تا ۳۰ سال	
۳	مدیریت دولتی	رشته تحصیلی
۶	مدیریت منابع انسانی	
۱	مدیریت استراتژیک	

پایایی و روایی پژوهش

برای بررسی و اطمینان از پایایی و روایی در پژوهش‌های کیفی از روش‌های خاص و مخصوص رویکرد کیفی استفاده می‌شود. پایایی پژوهش، به سازگاری یافته‌های پژوهش اطلاق می‌شود. در این پژوهش، برای بررسی پایایی پژوهش، از پایایی باز آزمون استفاده شده است و برای اطمینان از قابلیت اعتماد یافته‌های پژوهش، دستورالعمل مصاحبه شامل شیوه شروع مصاحبه، ورود به بحث و سیر پرسش‌ها در طول مصاحبه‌ها راهنمای پژوهشگر در مصاحبه بوده است تا پراکنده‌گویی و نوسان زیاد در مصاحبه اتفاق نیفتد.

از سوی دیگر، با مشخص نمودن محورهای اصلی مصاحبه و آزادبودن پژوهشگر برای طرح پرسش‌های خود در هر محور، روایی پرسش نیز حفظ شده است (واعظی، ۱۳۹۷). همچنین، نظرات کارشناسی خبرگان در روند مصاحبه‌ها و انجام پژوهش و ارائه مضامین استخراج شده به مصاحبه‌شوندگان و دریافت و اعمال نظرات اصلاحی آنان بر میزان اعتبار پژوهش افزوده است. در این پژوهش، روایی و پایایی براساس مفهوم امانت‌داری در چهار معیار جداگانه بررسی شده است. بنابراین، می‌توان گفت: برای آزمون صحت و دقت علمی در تحقیقات کیفی، معمولاً از چهار معیار قابلیت اعتبار، قابلیت اطمینان، تأثیرپذیری و همچنین، انتقال‌پذیری استفاده می‌شود.

الف) قابلیت اعتبار (باورپذیری): بدین منظور جهت افزایش سطح اعتبار در این پژوهش، فرآیند انجام مصاحبه تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه پیدا کرد. متن تایپ شده حاصل از داده‌های کیفی، تعدادی از مصاحبه‌های کدبندی شده به برخی از مصاحبه‌شوندگان عودت داده شد تا با بازنگری و ارائه تجارب و نظرات آنها قابلیت اعتبار پژوهش تعیین شود؛

ب) قابلیت اطمینان: برای سنجش پایایی یا قابلیت اطمینان مصاحبه با روش توافق دو کدگذار، از دو پژوهشگر درخواست شد تا سه مصاحبه را به همراه محقق کدگذاری نمایند. در این رابطه درصد توافق موضوعی به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل استفاده می‌شود. با توجه به محاسبات به‌دست آمده پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های انجام شده طبق فرمول هولستی $0/86$ است و با توجه به اینکه پایایی بیشتر از $0/7$ است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها (فرض توافق بین محقق و کدگذار دوم) مورد تأیید واقع می‌شود؛

ج) قابلیت تأییدپذیری: تا چه حد سایر افرادی که پژوهش یا نتایج را بررسی می‌کنند، یافته‌های پژوهشگر را تأیید می‌کنند. جهت افزایش قابلیت پژوهش، پژوهشگر بیشتر مصاحبه‌های انجام شده را ضبط و همچنین، همه مصاحبه‌ها و بحث‌های صورت گرفته در حین مصاحبه را به‌دقت یادداشت‌برداری نموده است تا بدین وسیله امکان بررسی مجدد مصاحبه‌ها امکان پذیر شود؛

د) قابلیت انتقال‌پذیری: به حالتی اطلاق می‌شود که در آن نتایج یک مطالعه کیفی می‌تواند به محیط متفاوت دیگری و برای افراد متفاوت به کار رود. در این پژوهش برای افزایش قابلیت انتقال‌پذیری نیز محقق درصدد بوده است که با بازنگری مکرر جزئیات و استفاده از نظرات صاحب‌نظران، پژوهش را به‌صورتی به اجرا درآورد و تحلیل نماید که یافته‌های حاصل از پژوهش در اکثر صنایع خدماتی و مشابه قابلیت کاربرد و استفاده را داشته باشد.

یافته‌های پژوهش

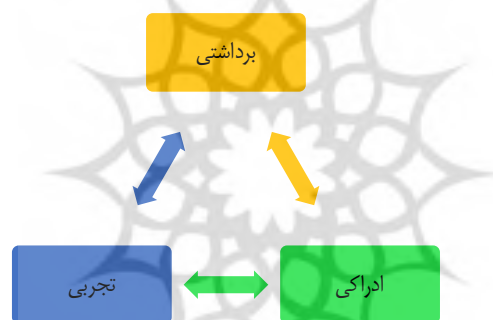
جهت اکتشاف داده‌ها از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. پژوهشگر پیش از انجام مصاحبه به شکل حضوری و تلفنی در مورد امکان و زمان انجام مصاحبه با خبرگان هماهنگی لازم را به عمل آورده و در ابتدای شروع هر مصاحبه، مفهوم پدیده مورد مطالعه یعنی مسئولیت‌های اجتماعی و هدف از انجام پژوهش و اینکه نتایج پژوهش فقط در جهت مقاصد پژوهشی استفاده می‌شود و هویت و نام آنها در صورت تمایل محرمانه خواهند بود، گفتگو نموده است. با توجه به سؤال پژوهش، پرسشی مطرح شد و در نهایت با توجه به ماهیت نیمه‌ساختاریافته پژوهش و داده‌های حاصل از ادبیات پژوهشی، برای روشن شدن پاسخ‌های ارائه‌شده، سؤالات دیگری پیرو پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان مطرح شد. در پایان هر مصاحبه از خبرگان درخواست شد در صورتی که مطلب دیگری برای روشن شدن پاسخ به سؤال پژوهشی دارند، ارائه کنند.

با توجه به داده‌های حاصل از مرور سوابق و استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به مصاحبه شونده‌گان فرصت داده شد تا دیدگاه‌های خود را آزادانه بیان کنند. بعد از انجام هر مصاحبه، متن

مصاحبه‌ها با دقت فراوان پیاده‌سازی شد. جهت تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، تمام ایده‌های مستقل در قالب مفاهیم و مضمون‌های فرعی شناسایی و سپس به هرکدام یک کد اختصاص داده شد. برای هر یک از مصاحبه‌های انجام‌شده، این کار انجام شده است. سپس براساس مضامین شناسایی‌شده، دسته‌بندی‌های جامع‌تری انجام شد و در نهایت به شناسایی مضامین اصلی مرتبط با تحقیق منجر شد.

پروتکل تنظیم سؤالات مصاحبه

در راستای دستیابی به ادراک و تجزیه مصاحبه‌شوندگان از ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور نظیر آستان قدس رضوی، از سؤالات ساختاریافته در قالب جلسات حضوری استفاده شد که در آن سؤالات مصاحبه به سه دسته برداشتی، ادراکی و تجربی به صورت ذیل تنظیم شد:



شکل ۱: دسته‌بندی مفهومی سؤالات مصاحبه

سؤالات برداشتی

- با مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی چقدر آشنا هستید و چه برداشتی از این مفهوم دارید؟
- برداشت شما از ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌هایی مانند آستان قدس رضوی چیست و چگونه می‌توان این نقش را مدیریت کرد؟
- عواملی همچون توجه ذینفعان سازمانی، تکریم ارباب رجوع، هدایت و راهبری مؤثر ذینفعان در راستای دستیابی به مأموریت‌های محوله، فضیلت‌افزایی و... چگونه می‌تواند به توسعه نقش مسئولیت‌های اجتماعی کمک کند؟
- اجرای نقش مسئولیت‌های اجتماعی با نگاه ارتقاء فضیلت را چگونه می‌بینید؟

سؤالات ادراکی

- مؤلفه‌های اصلی مسئولیت‌های اجتماعی کدام‌اند و نحوه مدیریت آن را چگونه می‌بینید؟
- چه روابطی میان مؤلفه‌های مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور وجود دارد؟
- در آستان قدس رضوی، برقراری ارتباط بین فضیلت‌محور و مسئولیت‌های اجتماعی را چگونه می‌توان ایجاد کرد و تعهد نسبت به این مورد را در میان اسناد بالادستی نشان داد؟
- نقش مدیریت عالی در مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور را تا چه حد می‌دانید؟
- در آستان قدس رضوی، استقرار چه نوع سیستم‌هایی می‌تواند منتج به افزایش حس مسئولیت‌های اجتماعی شود؟

سؤالات تجربی

- آیا خودتان نسبت به ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی اقدامی کرده‌اید و اگر بله، چگونه بوده است؟
- پدیده مسئولیت‌های اجتماعی با نگاه فضیلت‌افزایی را در حوزه مدیریت یا حوزه کاری خود چگونه تجربه کرده‌اید؟

مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون

تحلیل مضمون روشی ساده و کارآمد در پژوهش‌های کیفی است و روشی برای تعیین تحلیل و بیان الگوهای موجود در درون داده‌هاست. این روش داده‌ها را سازمان‌دهی و در قالب جزئیات توصیف می‌نماید؛ اما می‌توان از این فراتر رفت و جنبه‌های مختلف موضوع را نیز تفسیر کرد. تجزیه و تحلیل مضمون، یکی از رایج‌ترین شکل‌های تجزیه و تحلیل برای بررسی و ضبط تمام مضامین درون داده‌های کیفی است.

تحلیل مضمون ویژگی‌های تکراری و متمایزی در متن است که از نظر پژوهشگران نشان‌دهنده درک و تجربه خاصی در رابطه با سؤالات پژوهش است. فراگرد تحلیل مضمون زمانی آغاز می‌شود که تحلیل‌گر الگوهای معنایی و موضوعاتی را مورد نظر قرار می‌دهد که جذابیت بالقوه دارند. این تحلیل شامل یک رفت و برگشت مستمر بین مجموعه داده‌ها و مجموعه کدگذاری‌ها و تحلیل داده‌هایی است که به وجود آمده‌اند.

در ادامه به مراحل انجام شده در تحقیق حاضر از منظر تحلیل مضمون پرداخته می‌شود:

مرحله اول: آشنایی با داده‌ها

نخستین مرحله در تجزیه و تحلیل داده‌های خام حاصل از مصاحبه شخصی، بحث گروهی متمرکز مشاهده یا دیگر روش‌های جمع‌آوری داده‌های کیفی است که در یک برگه یادداشت‌برداری و ضبط می‌شوند. در این مرحله پژوهشگر قبل از رفتن به مرحله بعد با کلیه داده‌های حاصل از مصاحبه و هر داده‌ای آشنا می‌شود که ممکن است استفاده شود. در این مرحله یادداشت‌برداری و برداشت‌های اولیه مفید و حائز اهمیت است.

مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه

در این مرحله پژوهشگر به روشی سیستماتیک و با معنا اقدام به سازمان‌دهی داده‌های کیفی می‌نماید. کدگذاری تعداد زیادی از داده‌ها را به بخش‌های با معنا و با مفهوم کاهش می‌دهد. این کار به صورت دستی و هم با روش برنامه‌های نرم‌افزاری قابل انجام است.

جدول ۲: نمونه‌ای از متن و کدهای اولیه استخراج شده مصاحبه

ردیف	کد مصاحبه	استخراج کدهای اولیه
۱	واژه مسئولیت اجتماعی در تصمیمات شرکت، راهبردها و اهداف نهفته است و هدف از آن، تلاش در جهت ارتقای عملکرد اجتماعی و جذب سرمایه اجتماعی و تکریم آنان است. اگر تکریم سرمایه اجتماعی در راستای اهداف فضیلت‌محور مانند کسب تعالی معنوی صورت گیرد، می‌تواند اثرگذار باشد.	راهبردها و اهداف فضیلت‌محور
۲	مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان در شئون مختلف وجود دارد که مهم‌ترین آن، در اسناد بالادستی و اساسنامه می‌تواند به منظور شفاف‌سازی و ایفای تعهدات مشخص نسبت به جامعه ظهور و بروز یابد.	فضیلت‌محور در اسناد بالادستی و اساسنامه شرکت
۳	آستان قدس رضوی با توجه به اینکه در مأموریت‌های خود به حوزه سرمایه اجتماعی توجه جدی کرده است نیاز دارد تا با شفاف‌سازی و دسترسی همگانی به اطلاعات نسبت به رفع شائبه‌ها اقدام نماید.	شفاف‌سازی اطلاعات برای افکار عمومی
۴	ملاک مشروعیت تناسب با هنجارها، ارزش‌ها و باورها و اعتقادات مردم است که در این سازمان به آن پرداخته و سعی می‌شود به حوزه مسئولیت‌های اجتماعی با نگاه فضیلت‌افزایی و تکریم به زائران به آن توجه شود.	ارزش‌ها و باورها و اعتقادات مردم
۵	توجه به علقه در بین جامعه از طریق فرهنگ‌سازی و گفت‌وگوهای ارزش‌مدار جهت توسعه مسئولیت‌های اجتماعی مؤثر است.	فرهنگ‌سازی و گفت‌وگوهای ارزش‌مدار
۶	دستورالعمل‌ها و الزامات بین مدیران، آنان را در چارچوب رعایت اصول مربوط به فضیلت‌محور بودن و تأثیر آن بر تصمیمات هدایت و راهبردی می‌نماید.	دستورالعمل‌ها و الزامات بین مدیران
۷	شفاف‌سازی تمامی اطلاعات مالی به نفع ذینفعان، یکی از مصادیق توجه به حوزه مسئولیت‌های اجتماعی در آستان قدس رضوی است.	شفاف‌سازی تمامی اطلاعات مالی
۸	دسترسی به اطلاعات برای تمامی آحاد جامعه و ذینفعان مربوطه می‌تواند سازمان را در مسیر اعتلای گفت‌وگویی انقلاب کمک نماید.	اعتلا بخشی به گفت‌وگو انقلاب اسلامی
۹	ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی با توجه به اهداف و مأموریت‌های ارزشمند آستان قدس رضوی می‌تواند بر اساس سطح تعاملات بین مدیران و ذینفعان که همانا زائران حرم مطهر رضوی هستند، مورد توجه قرار گیرد.	اهداف و مأموریت‌های تعالی بخش
۱۰	ایجاد مدیریت شیشه‌ای و شفاف در بین لایه‌های مختلف ستاد آستان قدس رضوی می‌تواند منتج به ارتقاء سطح مسئولیت‌های اجتماعی شود؛ زیرا شفاف‌سازی را فراهم می‌سازد.	شفاف‌سازی مدیریتی

مرحله سوم: جستجوی مضامین (کدهای گزینشی)

در مرحله سوم از فرآیند تحلیل مضمون، کدهای اولیه به دست آمده از مرحله قبل در قالب کدهای گزینشی دسته‌بندی می‌شوند. تطبیق دادن کدها به مضامین بالقوه و جمع‌آوری همه داده‌های مرتبط با هریک از مضامین بالقوه انجام می‌شود. در این مرحله پژوهشگران کدهای غیرمرتبط، ناقص و تکراری را حذف کردند و سرانجام کدها توسط محقق پالایش شد.

مرحله چهارم: بازنگری مضامین (شکل‌گیری مضامین فرعی)

در این مرحله پژوهشگر مجموعه‌ای از مضامین را ایجاد و آنها را بازبینی می‌کند. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه و شکل‌دهی به مضامین فرعی است که در این مرحله مضامین فرعی نهایی شدند.

مرحله پنجم: تعریف و نام‌گذاری مضامین (مضامین اصلی)

در مرحله پنجم از تحلیل مضمون، پژوهشگر مضامین اصلی را، که برای تحلیل ارائه کرده، تعریف و بازبینی مجدد می‌کند. سپس داده‌های داخل آن را تحلیل می‌نماید تا ماهیت آن چیزی، که یک مضمون در مورد آن بحث می‌کند، مشخص شود که هر مضمون اصلی کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. به عبارتی، در این مرحله پالایش نهایی صورت می‌گیرد و ماهیت آنچه در هر موضوع مورد بحث است، شناسایی می‌شود. مضامین چه می‌گویند؟ چگونه آنها با موضوع اصلی ارتباط برقرار می‌کنند؟ چگونه موضوعات با یکدیگر ارتباط دارند؟ در این مرحله پژوهشگر آنچه دریافت می‌کند، یک موضوع کلی است که ریشه در مضامین دارد. در مرحله پنجم پژوهشگران پس از رفت و برگشت‌های مکرر در میان مضامین فرعی به ۱۰ مضمون اصلی دست یافتند. در جدول ۲ به مضامین فرعی اشاره می‌شود که مضامین اصلی از آنها استخراج شده است.

مرحله ششم: تهیه و تدوین گزارش

معمولاً نقطه پایانی هر نوع پژوهش، مقاله ژورنالی یا پایان‌نامه، ارائه نوعی گزارش است. در مرحله ششم، پژوهشگر مجموعه‌ای از مضامین اصلی منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق در اختیار دارد که شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است.

جدول ۳: مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه

مضمون فراگیر ۱: الزامات و راهبردها	
مضمون سازمان‌دهنده ۱-۱. هدف‌گذاری راهبردی	مضمون سازمان‌دهنده ۱-۲. همسوسازی راهبردی
۱. هدایت، راهبری و نظارت شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی در مسیر دستیابی به اصول و مبانی انقلاب اسلامی در آستان قدس رضوی؛ ۲. تدوین و ابلاغ سیاست‌های کلان، قوانین و مقررات مبتنی بر ارزش‌های متعالی آستان قدس رضوی؛ ۳. تنظیم و تدوین خط‌مشی‌های فضیلت‌محور در راستای جذب سرمایه اجتماعی؛	۱. هم‌راستایی و همسویی بین منافع سازمانی با منافع جامعه؛ ۲. همسوسازی اهداف آستان قدس با اهداف ذینفعان (زائران)؛ ۳. تدوین فرآیندهای الزام‌آور در راستای جهت‌دهی به ارکان اجرایی در آستان قدس رضوی به‌منظور اهتمام به ایفای مطلوب نقش مسئولیت‌های اجتماعی.
مضمون فراگیر ۲: حدود و ثغور سازمانی	
مضمون سازمان‌دهنده ۱-۲. قوانین و مقررات	مضمون سازمان‌دهنده ۲-۲. تدوین محدودیت‌های کنترل‌کننده
۱. تدوین قوانین بازدارنده برای تخطی از وظایف؛ ۲. توسعه هدفمند بازرسی‌های مقطعی؛ ۳. در نظر گرفتن محدودیت‌های بازدارنده برای مدیران در جهت عدم اصطکاک با آحاد جامعه.	۱. تدوین محدودکننده‌ها و کنترل‌کننده‌های سازمانی؛ ۲. تدوین و ابلاغ دستورالعمل در راستای بایسته‌های مسئولیت‌های اجتماعی با نگاه به جایگاه آستان؛ ۳. تنظیم شاخص‌های عملکردی به‌منظور پیشگیری از ورود شائبه‌های اقتصادی برای مدیران.
مضمون فراگیر ۳: مشوق‌ها و تسهیلات	
مضمون سازمان‌دهنده ۱-۳: انگیزه‌سازی خدمت	مضمون سازمان‌دهنده ۳-۲. تکریم سرمایه اجتماعی
۱. تقویت سطح ادراکی منابع انسانی نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی؛ ۲. توجه به سطح شناختی و روان‌شناختی سازمان؛ ۳. ایجاد الزامات نسبت به رعایت حال زائران.	۱. حفظ کرامت سرمایه اجتماعی؛ ۲. ارتقاء سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛ ۳. ارتقاء معیشت و رفاه سرمایه اجتماعی.
مضمون فراگیر ۴: توانمندسازی	
مضمون سازمان‌دهنده ۱-۴. توسعه فردی	مضمون سازمان‌دهنده ۴-۲. توسعه سازمانی
۱. آموزش و دوره‌های توجیه‌سازی؛ ۲. توسعه ادراکی و شناختی؛ ۳. توسعه حرفه‌ای؛ ۴. تقویت سطح مهارتی و تعاملی با ارباب‌رجوع در بین منابع انسانی	۱. طراحی دستورالعمل‌ها جهت ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی؛ ۲. پرداخت حقوق و دستمزد در تراز انقلاب اسلامی (شفاف‌سازی)؛ ۳. تعریف فرآیندهای مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی؛ ۴. تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد براساس مسئولیت‌های اجتماعی.
مضمون فراگیر ۵: بسترسازی	
مضمون سازمان‌دهنده ۱-۵. فرهنگ‌سازی	مضمون سازمان‌دهنده ۵-۲. شبکه‌های اجتماعی
۱. رفتارسازی مبتنی بر دوستی و مروت با آحاد جامعه؛ ۲. فرهنگ‌سازی و گفت‌وگوهای اصول کرامت انسانی؛ ۳. توسعه نگرش مدیران نسبت به اهداف فضیلت‌محور.	۱. توسعه یکپارچه شبکه‌های اجتماعی ملی با نگاه جذب سرمایه اجتماعی؛ ۲. استفاده از فرصت‌های تحول دیجیتال در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی؛ ۳. به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی در راستای مشارکت اجتماعی.

پس از اتمام مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته، تک‌تک مصاحبه‌ها بازبینی و بررسی دقیق شد و تمام کدهایی که به نظر می‌رسید به شکلی با موضوع پژوهش ارتباط دارند، استخراج شد. پس از انجام مرحله جستجوی مضامین و شکل‌گیری مضامین فرعی، در نهایت ۸ مضمون اصلی استخراج شد. شکل ۱ نشان‌دهنده مضامین اصلی حاصل از مصاحبه‌های عمیق با مدیران است که

عوامل اصلی و مهم تأثیرگذار بر مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور را به روش تحلیل مضمون نشان می‌دهد:



شکل ۲: شبکه مضامین

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، پیچیده شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت و پاسخگویی اجتماعی در همه سازمان‌ها ضروری کرده است. اخلاق، مسئولیت و پاسخگویی که می‌توان آنها را بایدها و نبایدهای ارزشی - فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد، از مباحثی است که در یکی دو دهه اخیر مورد توجه دانشمندان و صاحب‌نظران علم مدیریت قرار گرفته است (بابایی و فانی، ۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی سازمان به چهار زیرنظام اقتصادی، قانونی، اخلاقی و مسئولیت‌های نوع‌دوستی خیر خواهانه که به صورت داوطلبانه تقسیم می‌شود. ابعاد اخلاقی، خیرخواهانه و دینی مرتبط با

مسئولیت اجتماعی امروزه مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. اینها رفتارهایی هستند که جامعه از سازمان‌ها انتظار دارند؛ ولی در قانون مدون نشده‌اند. چنین بحث می‌شود که فضیلت محور بر پیامدهای کاری تأثیرات گذار است. فضیلت و دارا بودن اخلاق متعالی در سازمان‌ها، تأثیر چشم‌گیری بر فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد؛ به گونه‌ای که بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباط‌ها را بهبود می‌بخشد و درجه خطر را کاهش می‌دهد؛ زیرا هنگامی که اخلاق و فضیلت محوری در سازمان حاکم است، جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می‌شود و تمامی کارکنان متعهدانه به فعالیت‌های خود می‌پردازند (عنایتی و رئیسی، ۱۴۰۱).

با مرور ادبیات نظری روشن می‌شود که یکی از ابعاد چهارگانه مسئولیت اجتماعی بعد اخلاقی است؛ یعنی از سازمان‌ها انتظار می‌رود که همچون سایر اعضا به ارزش‌ها و هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند؛ یعنی اخلاق مترادف با مسئولیت اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد مسئولیت اجتماعی شناخته شده است.

نتایج پژوهش‌های پیشین، همچنین، حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین اخلاق و فرهنگ خدمت‌گزاری می‌باشد و از بعد اخلاقی مسئولیت نام برده می‌شود و از طرف دیگر، به این صورت نتیجه می‌شود که اخلاق مدیریت، پاسخگویی اجتماعی و تعهد اجتماعی با مسئولیت اجتماعی تفاوت معنایی دارد. با بررسی‌های به عمل آمده از مقالات و پژوهش‌های مرتبط، بسیاری از محققان به نقش برجسته مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور در هدایت، راهبری، تهییج، ترغیب و... منابع انسانی در توسعه مفاهیم مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی تأکید می‌نمایند. در این پژوهش‌ها مؤلفه‌هایی مانند نحوه هدایت و راهبری سازمان به سمت سیستماتیک نمودن روند گفتمان‌سازی اصول مسئولیت‌های اجتماعی، توسعه ساختاری، توسعه فنی، فرهنگ‌سازی، آموزش و... متناسب با مفاهیم مسئولیت‌های اجتماعی در تمامی لایه‌های خرد و کلان و سطوح مختلف سازمانی مورد نظر بوده است.

آستان قدس رضوی به دلیل ماهیت و مأموریت ویژه آن، نیازمند توجه به اصول مسئولیت‌های اجتماعی در راستای مدیریت سرمایه اجتماعی است تا بتواند با مشارکت و سهیم شدن آحاد جامعه، پروژه‌ها را به نحو مطلوبی پیش ببرد. به همین منظور در این مقاله سعی شد، تا عوامل مؤثر بر مدیریت منابع انسانی مبتنی بر مسئولیت‌های اجتماعی با توجه به ماهیت آستان قدس رضوی بحث و بررسی شود. از این رو، با انجام مصاحبه مدیران فعال در عرصه مسئولیت‌های اجتماعی در ستاد آستان قدس رضوی، به شناسایی و جمع‌آوری ابعاد و مؤلفه‌های مورد نظر پرداخته شود و

مجموعه عواملی که در این حوزه می‌تواند مؤثر باشد، شناسایی شود. این عوامل در بُعد ساختار و تمهیدات سازمانی که ناظر بر مجموعه اقداماتی است که هم‌راستایی و همسویی اقدامات ارکان اجرایی سازمان را در راستای مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محوری ایجاد می‌کند که شامل تدوین دستورالعمل‌ها و رویه‌های اجرایی، تدوین خط‌مشی مسئولیت‌های اجتماعی، تدوین قوانین مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی شرکت، تدوین محدودکننده‌ها و کنترل‌کننده‌های سازمانی و تدوین چشم‌انداز در عرصه پیاده‌سازی رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد.

بُعد گفتمان‌سازی که ناظر بر فرهنگ‌سازی اصول مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور می‌باشد شامل رفتارسازی مبتنی بر دوستی و مروت با آحاد جامعه، فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی اصول کرامت انسانی و توسعه نگرش مدیران نسبت به اهداف فضیلت‌محور می‌باشد، زیرساخت‌های شبکه‌های اجتماعی شامل به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی در راستای مشارکت اجتماعی، استفاده از فرصت‌های تحول دیجیتال در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی و توسعه یکپارچه شبکه‌های اجتماعی ملی با نگاه جذب سرمایه اجتماعی می‌باشد.

تدوین قوانین و دستورالعمل‌ها شامل تدوین دستورالعمل‌ها و رویه‌های اجرایی، تدوین خط‌مشی مسئولیت‌های اجتماعی و تدوین قوانین مرتبط با سرمایه‌های اجتماعی شرکت می‌باشد. همچنین، تدوین محدودیت‌ها و کنترل‌کننده‌ها شامل تدوین محدودکننده‌ها و کنترل‌کننده‌های سازمانی و تدوین چشم‌انداز در عرصه اجرای مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد. فرآیندها و رویه‌ها شامل طراحی فرآیندهای مدیریت منابع انسانی مبتنی بر رعایت اصول زیست‌محیطی، پرداخت حقوق و دستمزد در تراز انقلاب اسلامی و تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد براساس مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد.

در راستای نتایج مقاله حاضر، نتایج با مقالات پیشین مقایسه می‌شود. قاسمی و همکاران (۱۴۰۱) بیان می‌کنند که توسعه آینده‌نگر عملکرد کارکنان با رویکرد سبز در سازمان فرایندی سیستماتیک و چندبعدی است که عناصر آینده‌پژوهی، ساختاری، عملکردی و پیامدی را در یک سیستم جدید و راهبردی‌پذیر یکپارچه می‌کند تا به آینده محتمل و ممکن در عملکرد کارکنان برسد که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق حاضر در بخش تمهیدات سازمانی همسو می‌باشد.

بهشتی‌فر و شهبازیان (۱۳۹۹) می‌نویسند: فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، نظام پایش سازمانی و نظام پاداش سازمانی با در نظر گرفتن ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند به توانمندسازی کارکنان منجر شود که با نتایج تحقیق حاضر در بخش فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی همسو می‌باشد. بابایی و فانی (۱۴۰۰) معتقدند در سازمان‌های دولتی متغیرهایی مانند

شهروندمداری، پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری و تحقق آرمان‌های اجتماعی و... مورد تأکید هستند که در بخش خصوصی چندان مورد تأکید نیستند که این نتیجه با توجه به تفکیک سازمانی صورت گرفته با نتایج تحقیق حاضر غیرهمسو می‌باشد.

کریمی و شیرانی (۱۴۰۱) در مقاله خود به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌هایی مانند مدیریت کارراهه شغلی، حمایت مدیران عالی، توجه به مدیریت عملکرد، جو سازمانی، سازمان یادگیرنده، فرهنگ سازمانی، چشم‌انداز سازمان، عدالت سازمانی، فراهم نمودن فرصت رشد و شکوفایی، فراهم کردن زمینه‌های ارتباطات اثربخش و پویایی سازمان بر توسعه و توانمندی کارکنان تأثیرگذار است که با نتایج تحقیق حاضر همسو می‌باشد.

بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، پیشنهادات در راستای تقویت مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان آستان قدس رضوی به‌عنوان یک سازمان فضیلت‌محور به شرح ذیل می‌باشد:

❖ اسناد و قوانین الزام‌آور در راستای هماهنگ‌سازی، هم‌راستایی و هم‌سویی اقدامات واحدهای اجرایی جهت افزایش سطح ادراک تعهد به ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان آستان قدس رضوی تدوین شود؛

❖ به‌منظور ایجاد وحدت رویه در اقدامات و فعالیت‌های آموزش و پرورشی، نسبت به تعیین مدیران با رویکرد رهبری الهام‌بخش و مؤثر به‌منظور تقویت روحیه همبستگی کارکنان در جهت ارتقاء شاخصه‌های مسئولیت‌های اجتماعی اقدام شود؛

❖ دوره‌های توجیهی همراه با آگاه‌سازی به‌صورت نرم در بین کارکنان در راستای ارتقاء شاخص‌های مسئولیت‌های اجتماعی متناسب با سازمان فضیلت‌محور برگزار شود؛

❖ به‌منظور کاهش تبعیض و فساد اداری نسبت به متناسب‌سازی پست سازمانی با میزان تحصیلات و براساس صلاحیت‌های اخلاقی و رفتاری متناسب با اصول رویکرد و ارزش‌های سازمان آستان قدس رضوی و مأموریت‌های آن اقدام شود؛

❖ به‌منظور شفاف‌سازی قوانین، نسبت به ایجاد سازوکارهای فناوری اطلاعات به‌منظور رصد فعالیت‌ها و اقدامات مدیران و کارکنان در سازمان آستان قدس رضوی متناسب با مأموریت‌ها اقدام شود؛

❖ سازوکارهای مناسبی به‌منظور اتخاذ تنبیه و مجازات جهت اقدامات سلبی و پاداش‌دهی جهت اقدامات ایجابی در راستای انگیزه به افراد کارآمد صورت گیرد؛

- ❖ ساختارهای سلسله‌مراتبی در سطح سازمان آستان قدس رضوی به یک ساختار تخت و ارگانیک تغییر یابد تا زمینه مشارکت و تیم‌محوری در بین کارکنان جهت کاهش تبعیض و در نتیجه توسعه و توانمندسازی سطح ادراک مسئولیت‌های اجتماعی صورت گیرد؛
- ❖ نسبت به طراحی فیزیکی مکان فعالیت کارکنان به منظور جلوگیری از انزوای آنها و در نتیجه دور ماندن از فضای کاری، اقدامات مقتضی صورت گیرد؛
- ❖ دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های متناسب با فضای سازمان آستان قدس رضوی با در نظر گرفتن ضمانت‌های اجرایی در راستای افزایش توانمندسازی کارکنان در دستور کار مدیران قرار گیرد؛
- ❖ برای ارتقای رویکرد و ساختار تیم‌محوری در سطوح تصمیم‌گیری سازمان، سامانه‌های اداری جهت تنظیم مکاتبات با ماهیت و موضوع گردش کارهای تخصصی، از حالت تصمیم‌سازی به صورت سلسله‌مراتبی، به حالت تصمیم‌سازی به صورت انجمن‌خبرگی تبدیل شود؛ بدین صورت که از حالت سلسله‌مراتبی خارج شود؛

پیشنهادات علمی

- ❖ با عملیاتی‌سازی الگوی ارائه شده در این پژوهش و بایسته‌های مربوطه، الگویی برای ارزیابی سازمان‌هایی نظیر سازمان آستان قدس رضوی مبتنی بر الگوی پیشنهادی ارائه شود؛
- ❖ دامنه موضوعی این تحقیق، اقدام‌ها و دستاوردهای آن در خصوص مدیریت منابع انسانی در حوزه سازمان آستان قدس رضوی است که پیشنهاد می‌شود در سایر سازمان‌های مشابه نیز بررسی شود.

منابع

۱. آرمان، مانی، حسینی، سیدیعقوب، و تنگستانی، الهام (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی و بلوغ منابع انسانی بر مدیریت منابع انسانی پایدار (موردمطالعه: شرکت‌های فعال در صنعت پتروشیمی). مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی، ۳(۱)، ۱۱۳-۱۳۸.
۲. بابائی، یاور، و فانی، مریم (۱۴۰۰). اثر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار شهروندی زیست‌محیطی و رفتارهای حامی محیط‌زیست کارکنان هتل. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶(۵۶)، ۲۱۱-۲۴۹.
۳. بهزادی، الهام، نهامی، عبدالرضا، بلشیده، کیومرث. (۱۳۹۴). رابطه وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. سال دهم، شماره ۱، ص: ۶۳-۷۴.
۴. بهشتی فر. رضا. شهبازیان. محمد. (۱۳۹۹). بررسی نقش فرهنگ سازمانی و مسئولیت‌های اجتماعی در پیشبرد اهداف سازمانی. کنفرانس بین‌المللی مدیریت سازمان. ۴۵-۵۹.
۵. پور علی، محمدرضا، و داداشی، نسرین (۱۴۰۱). تأثیر مسئولیت اجتماعی و ریسک‌پذیری بر عملکرد شرکت‌ها با توجه به متغیر تعدیل‌کننده محدودیت‌های مالی. فصلنامه حسابداری مدیریت، دوره ۳، شماره ۴۱، ۶۵-۷۸.
۶. پورعلی، محمدرضا، و رجیبی، علی‌اکبر (۲۰۱۹). بررسی نظری نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی (اخلاق فراسازمانی) در پیش‌بینی سود توسط سرمایه‌گذاران. فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی، ۹(۳۴)، ۵۱-۶۹.
۷. ثابت، عزیزی (۱۳۹۹). ارزیابی تأثیر استراتژی‌های منابع انسانی در ایجاد و توسعه مدیریت منابع انسانی سبز. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۳۱(۴)، ۶۷-۸۴.
۸. عنایتی، فاطمه، و رئیسی، ایرج (۱۴۰۱). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر کارایی سرمایه گذاری با توجه به نقش استراتژی‌های شرکت می‌پردازد. تحقیقات نوین مدیریت و حسابداری. ۶(۳۰)، ۵۱-۶۴.
۹. عابدی کوشکی، سارا. زین آبادی، حسن رضا؛ باقری نیا، حسن. جعفرنژاد، احد. (۱۳۹۵). بررسی نقش فضیلت سازمانی در عملکرد کارکنان در یک سازمان نظامی، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال یازدهم، شماره ۳۹، ۵۵-۶۸.

۱۰. کریمی، رحیم. شیرانی، درنار. (۱۴۰۲). تحلیلی بر تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری سازمان‌های ایران. همایش ملی تحقیقات میان رشته‌ای در مدیریت و علوم انسانی. ۱۳۹۷-۱۳۱۵.

۱۱. کاشانی پور. محمد. قربانی، راضیه. (۱۴۰۱). تأثیر استراتژی کسب‌وکار بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش شرکت در جهت ارتقای سرمایه اجتماعی. فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی. دوره ۹، شماره ۲. ۱۸۶-۱۵۵.

۱۲. قاسمی، حبیب، برکت، غلامحسین، و امیدیان، فرانک (۱۴۰۱). طراحی و اعتبارسنجی مسئولیت اجتماعی آموزش و پرورش خوزستان. فصلنامه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، شماره ۳. ۵۶-۶۳.

۱۳. حمیدیان پور، فخریه، رجب‌پور، ابراهیم، افراخته، سلیمه، و مهرابی، عمران (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر سرمایه انسانی. فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، (۵۴)، ۱-۲۲.

۱۴. خنیفر. حسین. (۱۳۸۹). اصول و مبانی روش‌های تحقیق کیفی. انتشارات نگاه دانش
۱۵. سیدعباس‌زاده، میرمحمد، حسنی، محمد، بازرگان، عباس، و نامی، کلثوم (۱۳۹۷). توسعه منابع انسانی پایدار: اثرات کانال مدیریت دانش و عوامل سازمانی. دو ماهنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۹(۳۴)، ۱-۲۲.

۱۶. نیلی پورطباطبایی، سید اکبر، صالحی عمران، ابراهیم، هاشمی، سهیلا، و صداقت، مائده (۱۳۹۵). ارائه کارت امتیازی مدیریت منابع انسانی پایدار در شرکت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات دانش‌بنیان ایران. آموزش و توسعه منابع انسانی، ۳(۱۱)، ۱۳۹-۱۷۰.

۱۷. واعظی. علی. (۱۳۹۷). روش‌های تحقیق کیفی و کمی. انتشارات ریحان دانش.

۱۸. یزدانی، حمیدرضا، پورعزت، علی اصغر، زارعی متین، حسن (۱۳۹۸). طراحی الگوی اخلاق سازمانی مبتنی بر فضیلت برای بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران. فصلنامه اخلاق پزشکی، ۴۴. ۹۱-۱۰۳.

19. Aragón-Correa, J. A., Marcus, A. A., & Vogel, D. (2020). The effects of mandatory and voluntary regulatory pressures on firms' environmental strategies: A review and recommendations for future research. *Academy of Management Annals*, 14(1), 339-365.

20. Çop, S., Olorunsola, V. O., and Alola, U. V. (2021). Achieving Environmental Sustainability through Green Transformational Leadership Policy: Can Green Team Resilience Help? *Bus. Strategy Environ.* 30 (1), 671–682.
21. Dost, M., Pahi, M. H., Magsi, H. B., and Umrani, W. A. (2019). Effects of Sources of Knowledge on Frugal Innovation: Moderating Role of Environmental Turbulence. *Jkm* 23 (7), 1245–1259.
22. Dumont, J., Shen, J., & Deng, X. (2017). Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: The role of psychological green climate and employee green values. *Human resource management*, 56(4), 613-627.
23. Eriksen, M., Cooper, .. and Miccolis, .. (2019), “On becoming virtuous”, *Journal of Management Education*, Vol. 43 No. 6, pp. 630-650.
24. Elshaer, I. A., Sobaih, A. E. E., Aliedan, M., & Azazz, A. M. (2021). The effect of green human resource management on environmental performance in small tourism enterprises: mediating role of pro-environmental behaviors. *Sustainability*, 13(4), 1956.
25. Hendriks. M. Burger. M. Risenbilt. A. (2020). Virtuous leadership: a source of employee well-being and trust. *Management Research Review* Volume 43 Issue 8. 78-97.
26. Francoeur, V., Paillé, P., Yuriev, A., & Boiral, O. (2021). The measurement of green workplace behaviors: A systematic review. *Organization & Environment*, 34(1), 18-42.
27. Kashanipour, Mohammad. The victim is Razia. (2021). The effect of business strategy on the relationship between corporate social responsibility and corporate value in order to promote social capital. *Social Capital Management Quarterly*, 9(2) 34-46.[In Persian].
28. Rehman, S. U., Kraus, S., Shah, S. A., Khanin, D., & Mahto, R. V. (2021). Analyzing the relationship between green innovation and environmental performance in large manufacturing firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120481.
29. Yu, W., Chavez, R., Feng, M., Wong, C. Y., & Fynes, B. (2020). Green human resource management and environmental cooperation: An ability-motivation-opportunity and contingency perspective. *International Journal of Production Economics*, 219, 224-235.