



مرکز پژوهش‌های صنعتی و معدنی
تجهیز صنعت نئین پاسارگاد

فخستین کنفرانس ملی

پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری

The first national conference on modern research in management, economics and accounting

۱۲ Jun ۲۰۲۱ – Iran, Khuzestan, Ahvaz

<http://conf.antimarketing.ir>

۲۲ خرداد ماه ۱۴۰۰ – ایران، خوزستان، اهواز

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر عدم اجرای اثر بخش مسئولیت های اجتماعی شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری

ایوب درویشی*، علی کمایی^۲

۱- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری (A.darvishi۶۲@yahoo.com)

۲- دانشجوی دکترای مدیریت صنعتی- دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب (ali.kamaei.b@gmail.com)

چکیده

رعایت مسئولیت اجتماعی یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار بر نگرشها و رفتارهای مشتریان در تصویر و شهرت شرکت است. سازمانها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود به انجام فعالیتهای دیگری نیز مکلف شدهاند، که هدف این فعالیت ها، پاسخ گویی به انتظارات جامعه است. بدون شک، چنانچه افراد، گروهها، سازمانها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحرانهای مختلف مسئول دانسته و هریک در حدود مسئولیت و حیطة کاری خویش در حل بحرانهای فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسته شده و جامعههای سالم و آرام به وجود خواهد آمد. به بیانی دیگر، سازمان به هر نحوی که تلاش و سعی کنند، نتایج این اقدامات بر جامعه تاثیری مثبت و یا منفی خواهد داشت. در این مقاله با استفاده از روش سلسله مراتبی به شناخت و رتبه بندی عوامل موثر بر عدم اجرای اثربخش مسئولیتهای اجتماعی در شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری پرداختیم که از دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کیفی ۲۰ نفر از خبرگان شامل مدیران و کارشناسان شرکت که با مفاهیم کامل مسئولیت های اجتماعی و در بخش کمی ۱۵۰ نفر از شهروندان می باشد. ابزار گردآوری دادهها در بخش کیفی مصاحبه و در بخش کمی پرسشنامه می باشد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون پایایی مرکب برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۷ بدست آمده است. یافته ها در بخش کیفی به دستیابی سه مقوله اصلی (داخلی، بیرونی و اقتصادی)، ۶ زیر مقوله (فردی، سازمانی، خرد، کلان، داخلی و بیرونی) و در نهایت ۱۹ گزینه دست یافت. رتبه بندی این مقولههای اصلی و زیر مقولهها با استفاده از رویکرد سلسله مراتبی AHP انجام شد که نتایج حاصل از رتبه بندی برای عوامل اصلی نشان داد که عوامل فردی با میانگین (۰/۲۲۳) در رتبه اول، عوامل سازمانی با میانگین (۰/۱۹۲) در رتبه دوم، عوامل خرد با میانگین (۰/۱۵۸) در رتبه سوم، عوامل بیرونی با میانگین (۰/۰۷۹) در رتبه چهارم، عوامل داخلی با میانگین (۰/۰۶۵) در رتبه پنجم، و عوامل کلان با میانگین (۰/۰۶۴) در رتبه ششم قرار گرفته شد.

کلمات کلیدی: مسئولیت اجتماعی، تحلیل سلسله مراتبی، مقایسه زوجی معیار، شرکت نفت و گاز آغاچاری