

رابطه بین فرهنگ سازمانی و استراتژی های سازمان با مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت های پتروشیمی ایران

آرش بناساز^۱، علی بزرگی امیری^۲، سلمان نظری شیرکوهی^۳، علی تاجداری^۴

^۱ دکترای مدیریت کسب و کار (DBA)، سازمان مدیریت صنعتی مشاوره آموزش تحقیق، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ هیات علمی گروه مهندسی صنایع؛ پردیس دانشکده های فنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

^۳ هیات علمی گروه مهندسی صنایع؛ دانشکده فنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

^۴ هیات علمی گروه IT، شرکت مهندسی مشاور مینا، تهران، ایران.

چکیده

با توجه به اهمیت روزافزون توجه به محیط زیست و حقوق اجتماعی ذینفعان و شهروندان توسط صنایع بزرگی مانند پتروشیمی و از این قبیل و با توجه به هزینه های هنگفت خسارات وارده از نقطه نظر مادی و معنوی، این مسئله و دغدغه به عنوان یک مشکل در حوزه صنعت وجود داشته که نیازمند بررسی دقیق و رسیدگی بیشتر می باشد. بنابراین دغدغه محقق بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و استراتژی های سازمان با مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت های صنعت پتروشیمی ایران بوده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها توصیفی و از نوع پیمایشی و مقطعی می باشد. جامعه مورد بررسی، شرکت های داخلی صنایع پتروشیمی ایران می باشند و تعداد ۶۰ شرکت از صنایع پتروشیمی عسلویه و ماهشهر به عنوان نمونه آماری به صورت تصادفی از هر شرکت یک عضو مشارکت گردید. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه استاندارد استراتژی سازمانی پورتر، فرهنگ سازمانی دنیتون و مسئولیت اجتماعی کارول مورد استفاده قرار گرفت رویی صوری مورد تأیید پنج خبره دانشگاهی قرار گرفت و پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ به ترتیب پرسشنامه ۰/۹۲۸، ۰/۹۶۴ و ۰/۹۷۲ به دست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار لیزرل استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که در صنعت پتروشیمی ایران مسئولیت پذیری اجتماعی در دو بعد اقتصادی و اخلاقی از روابط مستقیم و تعیین کننده ای با مؤلفه های فرهنگ سازمانی و استراتژی سازمان برخوردار می باشد. همچنین استراتژی تمرکز به طور غیرمستقیم بر بعد مسئولیت اخلاقی تأثیر می گذارد و فرهنگ سازگاری از طریق فرهنگ درگیر شدن در کار بر روی بعد مسئولیت اقتصادی تأثیر گذار می باشد.

واژه های کلیدی: فرهنگ سازمانی، استراتژی های سازمان، مسئولیت پذیری اجتماعی، صنعت پتروشیمی.