

مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در پایداری محیط زیستی مطالعه موردی استان مازندران با روش دلفی

سمیه بلبلی قادیکلایی^۱

^۱ گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر (bolboli.s@ut.ac.ir)

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبت به محیط زیست یکی از شاخص‌های اخلاق زیست‌محیطی است. پایداری اکوسیستم‌های مختلف در گرو توجه به این مهم در کنار دیگر مؤلفه‌ها می‌باشد. پژوهش حاضر در قالب یک مطالعه موردی در استان مازندران ضمن شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبت به محیط زیست استان به اولویت بندی آنها از منظر خبرگانی دو حوزه محیط زیست و منابع طبیعی، و حوزه صنعت پرداخته است.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، اخلاق زیست محیطی، شرکت‌های تجاری، پایداری، دلفی

۱. مقدمه و بیان مسئله

ظهور هر یک از فناوری‌های نوین در پاسخ به یک نیاز از سوی جوامع و با هدف حفظ کرامت و بهزیستی انسان صورت گرفته است. از منظر برساختگرایی^۱ و در یک رابطه دوسویه مستمر میان فناوری و جامعه، عدم توجه به معیارهای اخلاقی باعث شد تا بسیاری از هنجارهای اجتماعی دچار آشفتگی شوند. از جمله این هنجارها، توجه به محیط زیست است که غفلت از آن طی چند دهه گذشته موجب شکل گیری اخلاق زیست محیطی در جامعه علمی و دانشگاهی شده است. به اعتقاد Hediger تکنولوژی در گذشته در پی به نظم درآوردن طبیعت در عین مراقبت و نگهداری از آن بود؛ اما در ادبیات فناوری‌های جدید به نظم در آوردن تلویحاً به معنای درافتادن با طبیعت و تعرض نسبت به آن است [۶].

در یک دسته بندی، اخلاق قابل تقسیم به اخلاق فردی و اخلاق جمعی یا دگرخواهانه می‌باشد. بنا به ضرورت، تمرکز مقاله حاضر بر دگرخواهی و به طور مشخص بر چگونگی تعامل انسان با محیط زیست است. برخی اندیشمندان با دغدغه‌های زیست-محورانه قائل به وجود ارزش ذاتی برای طبیعت و جایگاه مستقل اخلاقی برای آن به مثابه یکی از اجزای لاینفک اکوسیستم زمین همانند انسان، حیوان و سایر موجودات هستند. در حقیقت محیط زیست یکی از بال‌های سه‌گانه مثلث توسعه پایدار در کنار اقتصاد و اجتماع است. محل تلاقی یال محیط زیست با یال اجتماع همان حلقه پیوند علوم طبیعی با علوم انسانی است که یکی از محصولات آن، شکل گیری اخلاق زیست محیطی می‌باشد.

^۱ Constructivism

مفهوم «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها»^۲ نسبت به محیط زیست یکی از شاخص‌های اخلاق زیست محیطی است که هسته مرکزی آن، جبران آسیب‌های شرکت‌ها و کارخانجات به محیط زیست و حرکت در مسیر توسعه پایدار است. تحقیقات مختلف نشان می‌دهند بی‌توجهی شرکت‌ها به این حوزه پیامدهای جبران‌ناپذیری مانند افزایش آلاینده‌های جوی، دمای زمین، تغییرات اقلیمی، آلاینده‌های منابع مختلف آب و خاک و ... می‌شود. این مسئله علاوه بر به مخاطره انداختن سلامت جامعه تأثیرات جدی بر اعتماد جامعه به شرکت‌های تجاری و بالطبع بر فروش محصولات و خدمات آنها دارد؛ که خود زمینه‌ساز چالش اخلاقی محیط زیستی بزرگتری تحت عنوان «سبزشویی»^۳ است. از این رو حفاظت از محیط زیست به یک موضوع استراتژیک برای شرکت‌ها در فعالیتهای اقتصادی تبدیل شده است [۹]. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های تجاری در قبال محیط زیست^۴ زمینه حرکت آنها را از آگاهی به سمت اقدام برای کاهش اثرات نامطلوب و بهبود اثرات مثبت زیست‌محیطی فراهم می‌آورد [۱۰].

اهمیت توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در قبال محیط زیست به حدی بالاست که سازمان ملل در دستور کار ۲۰۳۰ خود و اهداف هفده‌گانه آن برای توسعه پایدار (بویژه بندهای هشتم، دوازدهم و هفدهم) آن را مورد توجه خاص قرار داده است [۳]. Filho و همکاران نیز در پژوهش خود نشان دادند که توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در فعالیتهای شرکت نه تنها موجب کاهش اثرات نامطلوب زیست‌محیطی و بهبود اثرات اجتماعی می‌شود بلکه به بهبود حکمرانی، بهبود عملکرد مالی و بهبود کیفیت تولیدات نیز کمک قابل ملاحظه‌ای می‌کند [۴]. به بیان دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در قبال محیط زیست به توسعه‌ی «استراتژی رشد سبز»^۵ که توسط «سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه»^۶ در سال ۲۰۰۹ ارائه شده است کمک می‌کند. این استراتژی بیان می‌دارد که حفاظت از محیط زیست می‌تواند با عملکرد تجاری شرکت همزیستی داشته باشد [۱]. در تأیید این امر، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که شرکت‌ها از طریق انجام مسئولیت اجتماعی خویش می‌توانند به بهبود عملکرد اقتصادی، ذخائر مالی، گسترش در سطح بین‌المللی، وفاداری مشتری و ارائه فناوری‌های سبز دست یابند [۲] [۸]. با این حال هنوز یک شکاف مطالعاتی در خصوص ابعاد و عوامل تأثیرگذار بر عملیاتی کردن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سوابق پژوهشی به چشم می‌خورد [۷]. از طرفی این شکاف مطالعاتی در بستر جامعه ایران، بویژه محیط زیست استان‌های سبز حاشیه دریای خزر مانند استان مازندران هم مشهودتر است و هم مسئله مندی موضوع با توجه به وضعیت نابسامان پسماند استان به شدت احساس می‌شود. از این رو پرداخت بیشتر از سوی پژوهشگران با هدف سیاستگذاری برای کاهش آسیب‌ها و ایجاد بستر مناسب برای فعالیتهای سالم و سازنده امری ضروری است. بر این اساس هدف پژوهش حاضر پاسخگویی به پرسش‌های اساسی زیر است:

۱- ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری نسبت به محیط زیست استان مازندران چیست؟

۲- برای ارتقاء کیفیت حفاظت از محیط زیست استان مازندران و حرکت در مسیر پایداری محیط زیستی، نقش کدام یک از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های تجاری در اولویت قرار دارد؟

۲. روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و در چهارچوب یک پیمایش دلفی صورت گرفته است. با توجه به اینکه پژوهش با روش تحلیل سلسله مراتبی صورت پذیرفته است؛ ترکیب افراد حاضر در این پژوهش شامل دو گروه از متخصصان حوزه محیط زیست و منابع طبیعی و حوزه صنعت آشنا با موضوع توسعه پایدار می‌باشد که در دلفی نهایی تعداد ۱۸ نفر برای این پژوهش انتخاب شدند. در بدو امر شناسایی عوامل، شاخص‌ها و ابعاد موضوع تحقیق به روش

² Corporate Social Responsibility (CSR)

³ Greenwashing

⁴ Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR)

⁵ Green Growth Strategy

⁶ The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

دلفی صورت گرفت. نمونه گیری نیز با دو روش نمونه گیری هدفمند به منظور انتخاب و دستچین اعضای پانل دلفی [۵] و نمونه گیری انباشتی انجام شده است. مهم ترین معیارها و شاخص های مرتبط با توسعه پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکت ها در استان مازندران از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته به صورت جداگانه با هریک از خبرگان و متخصصان حوزه های مذکور احصاء و در اختیار اعضای پانل دلفی قرار گرفت. سپس از ایشان خواسته شد تا متناسب با بوم استان مازندران، شاخص ها را اولویت بندی نمایند. نتیجه اولویت بندی خبرگانی در ادامه تشریح می شود.

۳. یافته های پژوهش و تحلیل آن

از کدگذاری کیفی و تجزیه و تحلیل تماتیک داده های مصاحبه، ابعاد و شاخص های مسئولیت اجتماعی شرکت ها نسبت به محیط زیست استان مازندران به شرح زیر استخراج شد:

۱- بعد تقنینی (با تأکید بر استخراج خلاءها و اصلاح یا ارتقاء قوانین)

۲- بعد مسئله یابی (با تأکید بر $ELCA^7$ و $SLCA^8$)

۳- بعد اجرایی

۴- بعد آموزشی (با تأکید بر مهارت افزایی فرهنگی)

۵- بعد نظارتی- هدایتی (با تأکید بر نظارت مستمر بر حسن اجرای قوانین و هدایت به سمت وضعیت مطلوب)

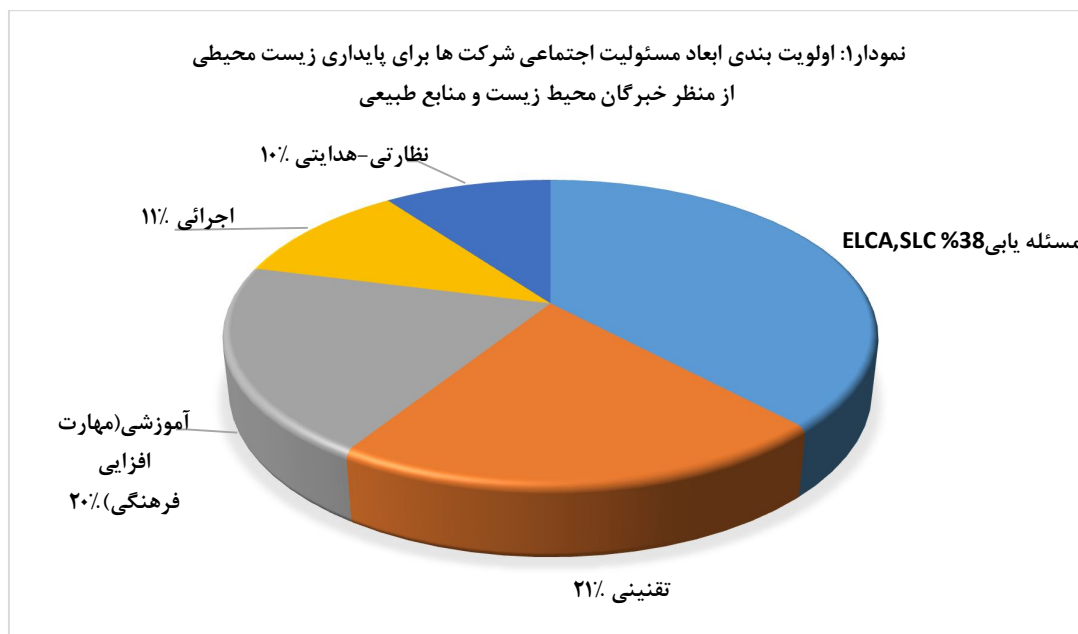
سیس ابعاد مذکور جهت اولویت بندی در پانل خبرگانی به بحث گذاشته شد. خروجی در قالب جداول شماره ۱ و ۲، همچنین نمودارهای پای شماره ۱ و ۲ به منظور ایجاد تصویر ذهنی روشن تر برای خواننده به شرح زیر نمایش داده می شود:

جدول ۱. ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها و اولویت بندی آنها برای پایداری محیط زیستی استان مازندران براساس دیدگاه خبرگان حوزه محیط زیست و منابع طبیعی

اولویت	ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها	رأی موافق اعضای پانل خبرگانی (درصد)
۱	مسئله یابی ($ELCA, SLCA$)	۳۸٪
۲	تقنینی	۲۱٪
۳	آموزشی (مهارت افزایی فرهنگی)	۲۰٪
۴	اجرایی	۱۱٪
۵	نظارتی-هدایتی	۱۰٪

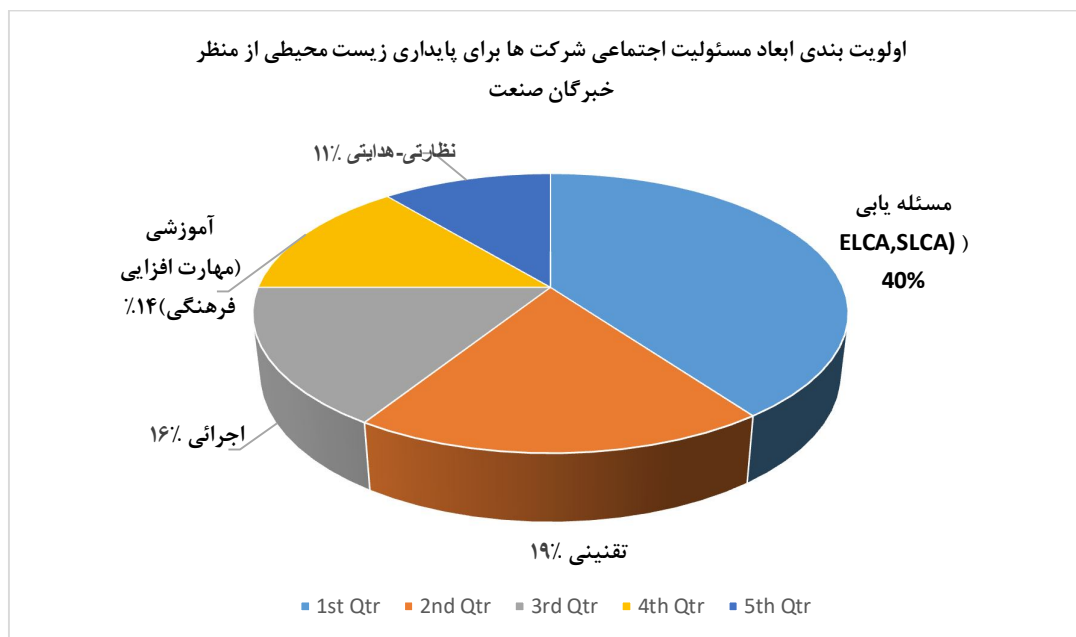
⁷ ارزیابی چرخه حیات محیط زیستی محصول

⁸ ارزیابی چرخه حیات اجتماعی محصول



جدول ۲. ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها و اولویت بندی آنها برای پایداری محیط زیستی استان مازندران براساس دیدگاه خبرگان حوزه صنعت

اولویت	ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها	رأی موافق اعضای پانل خبرگانی (درصد فراوانی)
۱	مسئله یابی (ELCA, SLCA)	۴۰٪
۲	تقنینی	۱۹٪
۳	اجرائی	۱۶٪
۴	آموزشی (مهارت افزایی فرهنگی)	۱۴٪
۵	نظارتی-هدایتی	۱۱٪



بر اساس یافته‌های پژوهش، رأی موافق اعضای پانل خبرگانی حوزه صنعت با قرار گرفتن شاخص «مسئله یابی» (40٪) در صدر شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیشتر از رأی موافق پانل خبرگانی حوزه محیط زیست و منابع طبیعی (38٪) است. با این وجود هر دو گروه خبرگانی بر بُعد مسئله‌یابی بویژه با دو روش ارزیابی چرخه حیات اجتماعی محصول و ارزیابی چرخه حیات محیط زیستی محصول به عنوان اولویت اول توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در استان مازندران اتفاق نظر دارند. اولویت دوم در هر دو پانل نخبگانی، با اختلاف مشهود از آن شاخص «تقنینی» است. در این شاخص، درصد فراوانی رأی موافق اعضای پانل خبرگانی حوزه محیط زیست و منابع طبیعی (21٪) بیشتر از حوزه صنعت (19٪) است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که اختلاف دیدگاه دو گروه نخبگانی در اولویت‌های سوم و چهارم رخ داده است. براساس خروجی پانل نخبگانی محیط زیست و منابع طبیعی اولویت سوم متعلق به بُعد آموزشی-مهارت‌افزایی فرهنگی (20٪) و اولویت چهارم در اختیار شاخص اجرائی (11٪) است. در حالی که در پانل نخبگانی صنعت اولویت سوم به شاخص اجرائی (16٪) و اولویت چهارم به شاخص آموزشی-مهارت‌افزایی فرهنگی (14٪) اختصاص داده شده. شایان ذکر است که درصد فراوانی و نیز اولویت بندی رتبه‌ای شاخص آموزشی-مهارت‌افزایی فرهنگی در پانل خبرگانی محیط زیست و منابع طبیعی در مقایسه با پانل صنعت حکایت از وزن‌دهی بیشتر خبرگان محیط زیست و منابع طبیعی به بحث آموزش و افزایش مهارت‌های فرهنگی برای ارتقاء مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در استان مازندران دارد. در نهایت نیز هر دو گروه خبرگانی، هم‌نظر و با اختلاف درصد فراوانی کم بُعد نظارتی-هدایتی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در پایداری محیط زیستی استان مازندران را در اولویت آخر رتبه‌بندی‌ها قرار دادند.

۴. نتیجه‌گیری

پایداری محیط زیستی به عنوان یکی از ابعاد توسعه پایدار مبتنی بر اخلاق عدالت بین نسلی در استفاده از محیط زیست است. به این معنا که ما محیط زیست را از پیشینیان خود به عاریت گرفته‌ایم و موظفیم با همان کیفیت و ظرفیت به آیندگان خود تحویل دهیم. این مسئله مستلزم آن است که پس از استفاده از منابع طبیعی، مقدار قابل توجهی از آن به عنوان سرمایه طبیعی دست نخورده باقی بماند ناگزیر برای تحقق این امر بایستی روند تخریب محیط زیست کاهش یابد. شناسایی و اولویت بندی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مثابه امری بافتمند^۹ گامی مؤثر در جهت دستیابی به این مهم است. از این رو در

^۹ Contextual

این مقاله ضمن پیشبرد یک مطالعه موردی ابعاد این رویکرد اخلاقی به یکی از مهم ترین زیست بوم های ایران یعنی استان مازندران را از منظر گروه های نخبگانی مورد شناسایی و اولویت بندی قرار دادیم که می تواند در سیاستگذاری های محیط زیستی استان راهگشا باشد.

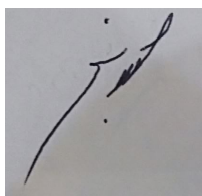
مراجع

1. Aracil Fernández, E. M., Forcadell Martínez, F. J., & Úbeda Mellina, F.A. (2021). Effects of environmental corporate social responsibility on innovativeness of Spanish industrial SMEs.
2. Chuang, S. P., & Huang, S. J. (2018). The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: The mediation of green information technology capital. *Journal of Business Ethics*, 150(4), 991-1009.
3. Commission on Sustainable Development acting (2002). Guidance in Preparing a National Sustainable Development Strategy: Managing Sustainable Development in the New Millenium. Submitted by the Division for Sustainable Development, UNDESA.
4. Filho, L., Doni W., Vargas, F., Wall, V. R., Hindley, T., Rayman, A., Bacchus, L & Avila, L. V. (2019). The integration of social responsibility and sustainability in practice: exploring attitudes and practices in Higher Education Institutions. *Journal of Cleaner Production*, 220, 152-166.
5. Hasson, F., Keeney, S. and McKenna, M. (2000). Research Guidelines for the Delphi Survey Technique. *Journal of Advanced Nursing*, 32(4), 1008-1015.
6. Hediger, W. (2000). Sustainable development and social welfare. *Ecological Economics*, 32, 481-492.
7. Ren, S., Hu, Y., Zheng, J., & Wang, Y. (2020). Emissions trading and firm innovation: Evidence from a natural experiment in China. *Technological Forecasting and Social Change*, 155 (2), 119-989.
8. Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., & Graziano, D. (2020). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119-762.
9. Tang, M., Walsh, G., Lerner, D., Fitza, M. A., & Li, Q. (2018). Green innovation, managerial concern and firm performance: An empirical study. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 39-51.
10. Wu, W., Liang, Z., & Zhang, Q. (2020). Effects of corporate environmental responsibility strength and concern on innovation performance: The moderating role of firm visibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1487-1497.

الزامات اخلاقی نگارش مقاله

نویسنده/ ارسال کننده مقاله خانم سمیه بلبلی قادیکلایی متعهد می شود:

- مقاله ارسالی حاصل کار پژوهشی ایشان (و همکاران) بوده و در مواردی که از دستاوردهای تحقیقاتی دیگران استفاده شده، مطابق ضوابط و رویه معمول، مشخصات منابع مورد استفاده درج شده است.
- مقاله ارسالی (یا ترجمه آن) و مقاله‌ای با همپوشانی قابل توجه با این مقاله قبلاً در هیچ مجله و یا کنفرانسی ارائه نشده و به طور همزمان نیز در حال ارزیابی در مجله یا کنفرانس دیگری نیست.
- همه نویسندگان مقاله از کلیه محتویات علمی و نیز ترتیب قرارگیری نام و مشخصات و وابستگی شغلی خود در مقاله آگاهی و رضایت کامل دارند.
- چنانچه هر زمان خلاف موارد فوق و یا بروز هرگونه تقلب یا تخلف پژوهشی در رابطه با این مقاله اثبات شود، عواقب ناشی از آن متوجه نویسنده مقاله است و دبیرخانه کنفرانس مجاز است با ایشان (و همکاران) مطابق با ضوابط و مقررات رفتار نموده و هیچ‌گونه ادعایی قابل قبول نخواهد بود.



محل امضا