



Examining the Role of Social Responsibility in Human Resources for Enhancing Organizational Legitimacy in the Collaborative Organization of Municipalities in Mazandaran Province

Fatemeh Moeinpour

Master's Student, Faculty of Humanities,
Department of Management, Roozbehan Institute
of Higher Education, Sari, Iran.

Saeed Khalili *

Assistant Professor, Faculty of Humanities,
Department of Industrial Engineering and
Management, Roozbehan Institute of Higher
Education, Sari, Iran.

Abstract

The present study aims to evaluate the role of human resource management with social responsibility in improving organizational legitimacy within the Collaborative Organization of Municipalities in Mazandaran Province. The research employs a descriptive-survey method and is applied in terms of its purpose. Data collection was conducted through both library and field studies. Three standard questionnaires covering social responsibility, organizational legitimacy, and human resource management were used for data gathering. The statistical population consisted of 134 individuals, and was based on Cochran's formula, a simple random sample of 95 participants was determined. Using data obtained from the questionnaires and analyses performed with Excel, SPSS, and SmartPLS software, it was revealed that human resources significantly and positively affect the pragmatic legitimacy of the organization. Furthermore, human resource orientation positively and significantly influences the organization's moral legitimacy but does not significantly impact cognitive legitimacy. Another finding from the analysis indicates that the greatest impact of social responsibility on legitimacy dimensions pertains to cognitive legitimacy, while the least impact relates to pragmatic legitimacy.

Keywords: organizational legitimacy, human resource management, social responsibility

Received: 22/August/2024

Accepted: 15/November/2024

eISSN: 3041-8720

ISSN: 2981-2267

بررسی نقش مسئولیت پذیری اجتماعی در منابع انسانی برای بهبود مشروعیت سازمانی در سازمان همیاری شهرداری های استان مازندران

دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی روزبهان، ساری،
ایران.

فاطمه معین پور

استادیار گروه مهندسی صنایع و مدیریت مؤسسه آموزش عالی روزبهان، ساری،
ایران.

سعید خلیلی *

چکیده

پژوهش حاضر با عنوان ارزیابی نقش مدیریت منابع انسانی با مسئولیت پذیری اجتماعی در بهبود مشروعیت سازمانی در سازمان همیاری شهرداری های استان مازندران شکل گرفته است. روش تحقیق پژوهش حاضر، توصیفی-پیمایشی و از منظر هدف، کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش به صورت کتابخانه ای و میدانی است. برای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش از سه پرسش نامه استاندارد مشتمل بر مسئولیت پذیری اجتماعی، مشروعیت سازمانی و مدیریت منابع انسانی، بهره برده شده است. جامعه آماری این پژوهش برابر با ۱۳۴ نفر بوده که بر حسب فرمول کوکران، نمونه آماری برابر با ۹۵ نفر به صورت تصادفی ساده تعیین شد. بر حسب داده های به دست آمده از پرسشنامه و تحلیل های صورت گرفته با نرم افزارهای Excel، Spss و SmartPLS، مشخص شد که منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان اثرگذار بوده و جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می گذارد؛ همچنین، مشخص گردید که جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت شناختی سازمان تأثیر نمی گذارد. نتیجه دیگر در خلال آزمون این بود که بیشترین اثری که مسئولیت اجتماعی می تواند بر ابعاد مشروعیت بگذارد، مربوط به متغیر مشروعیت شناختی بوده و کمترین آن نیز مربوط به مشروعیت عملی است.

کلیدواژه ها: مشروعیت سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مسئولیت پذیری اجتماعی

۱- مقدمه

امروزه، سازمان‌ها در محیطی به شدت رقابتی و پرتلاطم مشغول به فعالیت هستند و بقا و موفقیت آن‌ها مستقیماً به میزان مشروعیتی بستگی دارد که نزد مشتریان، ذی‌نفعان، سرمایه‌گذاران و جامعه کسب می‌کنند. سازمان‌های مسئول اجتماعی، سرمایه اجتماعی خود را بهبود خواهند بخشید (Del-Castillo-Fito et al., 2021). شهرت شرکت، دارایی‌های نامشهود مرتبط برای بقای بلندمدت هستند. در هر بخش، محققان رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی را ثابت کرده‌اند. شیوه‌ها و عملکرد مالی بهتر، از آنجاکه رابطه با ذی‌نفعان داخلی خواهد بود، در پاسخ به شیوه‌های مدیریت اخلاقی جدید اتخاذ شده تقویت شده است (Ferrell et al., 2019). محققان، رابطه بین شیوه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی بهتر را ثابت کرده‌اند. علاوه بر این، کارکنان احساس تعهد بیشتری نسبت به سازمان خواهند داشت و به سازمان متعهد هستند که در صورت قبول اقدامات این سازمان‌ها به نظر اجتماعی دارای مسئولیت اجتماعی هستند (صنوبر و همکاران، ۱۳۸۹). مطالبات اجتماعی برای مسئولیت اجتماعی شرکت در سال‌های اخیر رو به افزایش بوده است. سازمان‌ها نیاز به پیروی از رفتار مسئولانه اجتماعی برای دریافت حمایت سهام‌داران را درک می‌کنند. به علاوه، کاربرد اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدیریت منابع انسانی پیچیده‌تر شده و تحقیقات تجربی بیشتری مورد نیاز است. در حقیقت، در صورتی شرکت‌ها قانونی به حساب می‌آیند که نه تنها از جنبه بیرونی بلکه از جنبه درونی نیز از نظر اجتماعی تعبیه شده باشند. این پژوهش می‌تواند الگوی مناسبی برای سازمان‌ها در زمینه گنجاندن ملاحظات اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدیریت منابع انسانی با هدف کسب مشروعیت و مقبولیت بیشتر در نزد افکار عمومی باشد. اگر نیازهای کارکنان برآورده شود، آن‌ها از این وضعیت خرسند گشته و رضایت خود را به ذی‌نفعان بیرونی منتقل خواهند کرد. یافته‌های پژوهش می‌تواند به مدیران منابع انسانی کمک کند تا با لحاظ نمودن معیارها و الزامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقی، در طراحی و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های مدیریت منابع انسانی، هم به افزایش میزان مشروعیت، پذیرش و محبوبیت اجتماعی سازمان همیاری و شهرداری استان کمک کنند و هم موجب تقویت فرهنگ مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کارکنان سازمان و جامعه گردند. هدف اصلی پژوهش، مشخص نمودن اثرگذاری نقش مدیریت منابع انسانی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بهبود مشروعیت سازمانی در سازمان همیاری شهرداری‌های استان مازندران است. به بیان دیگر، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که آیا مدیریت منابع انسانی مبتنی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند مشروعیت سازمان را تقویت کند؟ پاسخ مثبت به این پرسش می‌تواند رویکرد جدیدی را در زمینه چگونگی تقویت مشروعیت سازمانی از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدیریت منابع انسانی ارائه دهد.

۱-۱- مبانی نظری

مدیریت منابع انسانی

انگلزبرگر و همکاران^۱ (۲۰۲۲) به بررسی مدیریت منابع انسانی پرداختند. این مطالعه بیان داشت علاقه فزاینده‌ای به نقش مدیریت منابع انسانی در مدیریت کارکنان وجود دارد و حمایت از ظرفیت آن‌ها برای نوآوری مورد تأیید قرار گرفته است. تئوری قابلیت‌های پویا، نقش مدیریت منابع انسانی را در حمایت از عملکرد نوآوری باز مورد تأیید قرار می‌دهد. ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهایی که گشودگی فرد را نسبت به منبع‌یابی دانش سازمانی قائل می‌شود، مدیریت منابع انسانی را تقویت می‌کند. سودمندی ذهنیت و پیش‌بینی عملکرد از گزاره‌های مرتبط با مدیریت منابع انسانی است. کولی و عبدلی در پژوهش نظری خود اثبات کردند که فرایندهای مدیریت منابع انسانی سبب تقویت ارزش درک شده

1. Engelsberger et al.

می‌شود و حسابرسی کیفیت می‌تواند فرایندهای مدیریت منابع انسانی را تقویت کند (کولی و عبدلی، ۲۰۲۱). مشخصات کارکنان، اخراج، ارتقاء شغلی و مشوق‌های سازمان از جمله مؤلفه‌های اثرگذار بر مدیریت منابع انسانی به شمار می‌روند. توسعه حرفه‌ای و درنهایت فرایندهای جذب و گزینش کارکنان می‌تواند مدیریت منابع انسانی سازمان را تسهیل نماید. حوزه‌های جو سازمانی و حفظ کارکنان، برنامه‌ریزی و مدیریت منابع انسانی از بخش‌های مهم سازمانی محسوب می‌شوند. دیاز و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در نظریه خود به بررسی رابطه پایداری و مدیریت منابع انسانی پرداختند. این محققین اثبات کردند که پایداری بر مدیریت منابع انسانی اثرگذار است. به عبارت دیگر، با استفاده از متغیر پایداری می‌توان سطح مدیریت منابع انسانی را نیز تحت تأثیر قرارداد. زمانی که سطح هر یک از متغیرهای بیان‌شده تغییر می‌کند، می‌توان انتظار داشت که سطح مدیریت منابع انسانی نیز تغییر خواهد کرد. آموریم لویز و همکاران^۲ (۲۰۲۱) در نظریه خود، ارتباط بین متغیرهای برنامه‌ریزی، بهینه‌سازی، سلامت، آینده‌نگری و مدیریت منابع انسانی را اثبات کردند. این محققین دریافتند که متغیرهای برنامه‌ریزی، بهینه‌سازی، سلامت و آینده‌نگری می‌توانند بر سطح مدیریت منابع انسانی اثرگذار باشند. همچنین، آن‌ها به این نتیجه رسیدند که وقتی سطح متغیرهای برنامه‌ریزی، بهینه‌سازی، سلامت و آینده‌نگری دچار تغییر شود، احتمال تغییر در سطح مدیریت منابع انسانی نیز وجود دارد. مانرینگ و همکاران^۳ (۲۰۲۱) در نظریه خود اثبات کردند که مدیریت منابع انسانی می‌تواند تحت تأثیر عملکرد و مسئولیت اجتماعی قرار گیرد. به عبارتی، مدیریت منابع انسانی معمولاً با تغییرات ایجادشده در متغیرهای عملکرد و مسئولیت اجتماعی، دچار تغییر می‌شود، درست در زمانی که سازمان در نظر داشته باشد سطح مدیریت منابع انسانی را تغییر دهد.

مشروعیت سازمانی

مشروعیت سازمانی، عنصر مهمی برای بقا و موفقیت سازمان‌های امروزی است (Diez-Martin et al., 2019). سازمان‌های دارای مشروعیت می‌توانند فعالیت‌های خود را بدون تردید دنبال کنند و از ایجاد چالش‌ها توسط جامعه جلوگیری نمایند. سازمان‌هایی که به‌عنوان مشروع تلقی می‌شوند، از موقعیت رقابتی بالاتری برای کسب منابع برخوردار هستند (Del-Castillo-Feito et al., 2022). بیش‌تر پژوهشگران، مشروعیت را به‌عنوان دارایی نامشهود ارزشمند برای سازمان در نظر می‌گیرند (Suddaby et al., 2017). مشروعیت به دلیل امکان بهبود روابط با ذی‌نفعان، به‌عنوان منبع کلیدی و پایدار برای بقا و موفقیت سازمان تلقی می‌شود (Del-Castillo-Feito et al., 2022). عمدتاً گروه‌های ذی‌نفع، مایل به تعامل با سازمان‌های دارای مشروعیت هستند و با سازمان‌هایی که مشروعیت آن‌ها مورد تردید است، ارتباط برقرار نمی‌کنند (Miotto et al., 2020; Freudenreich et al., 2020). برای جلب حمایت از ذی‌نفعان، سازمان‌ها باید قابل اعتماد بوده و از مشروعیت بالایی برخوردار باشند (Silva et al., 2019)؛ بنابراین، با افزایش سطح مشروعیت خود در میان ذی‌نفعان، هر سازمانی قادر به جذب مشتریان جدید، بهبود روابط با تأمین‌کنندگان یا قرار گرفتن در موقعیت بهتری برای جذب هر نوع منبع حیاتی خواهد بود (Del-Castillo-Feito et al., 2022). علاوه بر آن، یکی از مهم‌ترین مزیت‌های سازمان‌های دارای مشروعیت، برخورداری از وفاداری و تعهد همه‌جانبه ذی‌نفعان است (Del-Castillo-Feito et al., 2022). مشروعیت سازمانی به معنای پذیرش اهداف، خط‌مشی‌ها و اقدامات سازمان توسط ذی‌نفعان است. گروه‌های ذی‌نفع از سازمان‌ها انتظار دارند که به نیازهای اجتماعی آن‌ها که فراتر از ملاحظات اقتصادی است، پاسخ دهند (Carroll, 1919) و از تعامل با مؤسسه‌ها و سازمان‌هایی که قادر به برآوردن انتظارات رفتار اجتماعی آن‌ها نیستند، اجتناب ورزند (Fatma et al., 2019). ازاین‌رو، امروزه

1. Diaz et al.

2. Amorim-Lopes et al.

3. Mannering et al.

سازمان‌ها به دنبال تقویت روابط خود با ذی‌نفعان به منظور ایجاد ارزش و منافع مشترک و در نتیجه، حفظ و افزایش مشروعیتشان هستند (Freudenreich et al., 2020). توانایی سازمان‌ها در برآوردن نیازهای ذی‌نفعان می‌تواند به بهبود مشروعیت سازمانی منجر گردد (Silva et al., 2019). بدین ترتیب، اگر سازمان‌ها می‌خواهند در بلندمدت موفق باشند، باید طیف کاملی از نیازهای گروه‌های ذی‌نفع را شناسایی نموده و بتوانند روابط پایداری با گروه ذی‌نفعان که به کسب و حفظ مشروعیت منجر می‌گردد، ایجاد نمایند (فرجاله رهنورد و همکاران، ۱۴۰۲). مفهوم مشروعیت که در ابتدا در رشته جامعه‌شناسی به کار گرفته شد، نخستین بار توسط ماکس وبر در حوزه سازمان و مطالعات سازمانی معرفی گردید. ادبیات نظری، تعاریف بسیاری از مشروعیت سازمانی را شامل می‌شود که با یکدیگر هم‌پوشانی داشته و گزاره‌های نظری متعددی را بیان می‌کنند. مشروعیت، طیف وسیعی از موضوعات مانند فرم‌های سازمانی، ساختارها، اقدامات روزانه، کاربردها، سازوکارهای دولتی، طبقه‌بندی، مؤسسان سازمان‌ها، گروه‌های مدیریتی و غیره را در بر می‌گیرد (فرجاله رهنورد و همکاران، ۱۴۰۲). در تعریفی دیگر، مشروعیت سازمانی به پذیرش اجتماعی اقدامات سازمان اشاره دارد. این پذیرش اجتماعی، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا بر رفتار ذی‌نفعان تأثیر بگذارند و به سطوح بالاتری از دسترسی به منابع کلیدی نائل آیند (ساجمن، ۱۹۹۵). مشروعیت به عنوان ادراک و فرض عمومی که مشخص می‌کند اعمال سازمان مطلوب و مناسب با سیستم‌های اجتماعی ساخته شده از هنجارها، ارزش‌ها و باورها هستند، تعریف می‌شود (دیپ هاوس، ۲۰۱۷). مشروعیت را تناسب درک شده سازمان با سیستم اجتماعی از نظر قوانین، ارزش‌ها و هنجارها تعریف نموده‌اند (فرجاله رهنورد و همکاران، ۱۴۰۲). همچنین، پژوهشگران متوجه شده‌اند که مشروعیت سازمانی، مفهومی چندبعدی است که بر اساس تفاوت‌های ذاتی مخاطبان است و در زمینه‌های که در آن رخ می‌دهد، توسعه می‌یابد. سازمان‌های مشروع به عنوان موجودیتی مطلوب و مناسب تلقی می‌شوند زیرا رفتار آن‌ها با باورهای عمومی سیستم اجتماعی که در آن فعالیت می‌کنند، مرتبط است. سازمان‌ها در صورتی به مشروعیت دست می‌یابند که ذی‌نفعان آن‌ها درک کنند موجب ایجاد ارزش برای جامعه هستند (فرجاله رهنورد و همکاران، ۱۴۰۲).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند حمایت ذی‌نفعان را نسبت به شرکت افزایش دهد (Cavalcante et al., 2022). مسئولیت اجتماعی شرکت به معنای برخورد اخلاقی یا مسئولانه با ذی‌نفعان شرکت است. منظور از اخلاقی یا مسئولیت‌پذیری، گونه‌ای از برخورد با ذی‌نفعان است که در جوامع متمدن، قابل قبول تلقی می‌شود. ذی‌نفعان، هم در داخل یک شرکت و هم در خارج آن وجود دارند. محیط طبیعی، ذی‌نفع است. هدف گسترده‌تر مسئولیت اجتماعی، ایجاد استانداردهای زندگی بالاتر برای افراد داخل و خارج از شرکت است درحالی که سودآوری شرکت حفظ می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت، فراتر از مسئولیت‌های قانونی تعیین شده در قوانین ملی است که رفتار شرکت را تنظیم می‌کند و کسب و کار را تشویق می‌کند تا فراتر از انطباق قانونی برای پیروی از اهداف و ارزش‌های جامعه که در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و نهادی تعبیه شده‌اند و به نگرانی‌های در حال تغییر اجتماعی پاسخ دهند (فیروزی و خداپرستی، ۱۴۰۲). مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک ابزار مدیریت ریسک استراتژی مصون‌سازی در نظر گرفته می‌شود و شرکت‌هایی که به طور مداوم در مسئولیت اجتماعی شرکت می‌کنند و به ذی‌نفعان رسیدگی می‌نمایند، باید با خطرات کمتری در این زمینه مواجه شوند (تمدن و قربانی، ۱۴۰۳).

۱-۲- پیشینه پژوهش

رهنورد و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی تأثیر ارتباطات (داخلی و خارجی) سازمانی بر مشروعیت سازمانی با نقش میانجیگری مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران پرداختند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و به صورت توصیفی-پیمایشی اجرا می‌شود.

جامعه آماری شامل سازمان‌های دولتی است که از میان آن‌ها، ۱۵۲ سازمان به عنوان نمونه انتخاب شده و ۳۹۳ پرسشنامه نیز مورد تحلیل قرار گرفته است. برای انتخاب نمونه از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. تحلیل مسیر داده‌ها نشان می‌دهد که ارتباطات داخلی و خارجی سازمان بر مشروعیت سازمانی، اثر مثبت و معناداری دارد. در ضمن، نتایج نشانگر آن است ارتباطات داخلی و خارجی سازمان بر مشروعیت سازمانی به طور غیرمستقیم از طریق مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. محمدی و خدابنده (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی رابطه بین اجرای مدیریت منابع انسانی با دغدغه مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی پرداختند. علاوه بر این، ارتباط و عملکرد سیاست‌های متنوع مسئولیت اجتماعی از طریق اجرای ماتریس اهمیت-عملکرد مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. برای این منظور، ارزیابی‌هایی توسط ۱۵۷ کارشناس مسئولیت اجتماعی در مورد حدود ۳۰ شرکت چندملیتی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج، یک رابطه قوی و مثبت بین شیوه‌های مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی را نشان می‌دهد. موزا و همکاران در پژوهشی به بررسی مدیریت اجتماعی مسئول منابع انسانی و تأثیرات آن بر مشروعیت سازمانی: مورد کارمندان اندونزی پرداختند (Moza et al., 2023). برای این منظور از ارزیابی ۴۶ کارمند در جامبی سوماترا، اندونزی استفاده شد. داده‌ها با استفاده از PLS-SEM^۱ تجزیه و تحلیل شدند که نشان داد یک پیوند قوی و مثبت بین اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمانی خارجی متمرکز بر کارمند و مشروعیت سازمانی وجود دارد.

پیمتا و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی مسئولیت‌پذیر اجتماعی و تعامل کاری با نقش حمایت سازمانی درک شده و تعهد سازمانی عاطفی پرداختند. داده‌ها از نمونه‌ای متشکل از ۲۲۲ کارمند شاغل در سازمان‌های مختلف با استفاده از نظرسنجی‌های آنلاین فردی جمع‌آوری شد. نتایج تأیید می‌کنند که مدیریت منابع انسانی مسئولیت‌پذیر اجتماعی، تعامل کاری را تقویت می‌کند و این اثر در معرض میانجی‌گری متوالی توسط حمایت سازمانی ادراک شده و تعهد عاطفی است. بر این اساس، شیوه‌های مدیریت منابع انسانی مسئولیت‌پذیر اجتماعی به سطح بالاتری از حمایت سازمانی ادراک شده کمک می‌کند که پیوندهای عاطفی قوی‌تری را با کارفرمایان تقویت نموده و به نوبه خود، سطوح بالاتری از قدرت، جذب و فداکاری را در بین کارگران ایجاد می‌کند. دل-کاستیلو-فیتو و همکاران^۳ (۲۰۲۲) در پژوهشی به آنالیز رابطه بین پیاده‌سازی مدیریت منابع انسانی با مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی پرداختند. برای تحلیل داده‌ها از PLS-SEM استفاده شد و نتایج نشان از وجود رابطه قوی و مثبت بین مشروعیت سازمانی و اقدامات مسئولیت اجتماعی کارمند-محور داشت. اولیویرا و همکاران^۴ (۲۰۲۱) به بررسی استراتژی و مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های خصوصی پرداختند. در این تحقیق طی یک مطالعه کمی، امکان استفاده از پرسش‌نامه برای درک تأثیر مستقیم و غیرمستقیم مدیریت استراتژیک و مدیریت منابع انسانی بر حاکمیت این مؤسسات مهیا شد. نتایج به دست آمده، وجود رابطه مثبت بین متغیرهای مورد تحلیل را نشان می‌دهد و تأیید می‌کند که این متغیرها نه تنها به خودی خود و مستقیماً بر حاکمیت مؤسسات مورد مطالعه تأثیر می‌گذارند بلکه استراتژی نیز بر سیاست‌های منابع انسانی تأثیر می‌گذارد.

1. Partial seast squares Structural equation modeling

2. Pimenta et al.

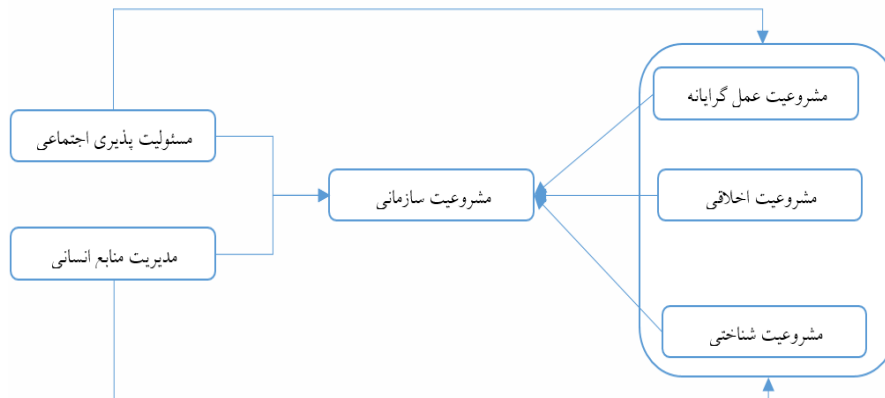
3. Del-Castillo-Fito et al.

4. Oliveira et al.

نتیجه‌گیری می‌شود که به‌طور کلی، برای اینکه این سازمان‌ها در تلاش برای بهبود فرایندهای حکمرانی مؤثرتر باشند، باید بر مدیریت استراتژیک و ابزارهای مدیریت منابع انسانی تمرکز کنند.

۱-۳- توسعه فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مدل مفهومی شکل ۱، توسعه فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر است.



شکل ۱. مدل مفهومی (Blanco-González et al., 2022)

فرضیه اصلی: نقش مدیریت منابع انسانی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بهبود مشروعیت سازمانی در سازمان همیاری شهرداری‌های استان مازندران تأثیرگذار است.

فرضیه فرعی:

۱. مسئولیت اجتماعی سازمان با محوریت منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر می‌گذارد.

۲. مسئولیت اجتماعی سازمان با محوریت منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می‌گذارد.

۳. مسئولیت اجتماعی سازمان با محوریت منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت شناختی سازمان تأثیر می‌گذارد.

۲- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه هدف شامل تمامی کارکنان سازمان همیاری شهرداری‌های استان مازندران است که با توجه به گزارش آماری پرسنل از کارگزینی سازمان در سال ۱۴۰۲، ۱۳۴ نفر هستند. سپس بر اساس فرمول کوکران، تعداد ۹۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب که به‌صورت تصادفی ساده شناسایی شدند و پرسش‌نامه‌های پژوهش میان آن‌ها توزیع و جمع‌آوری گردید که داده‌های مربوط به آن برای تحلیل مورد استناد قرار گرفت. در این پژوهش از شیوه‌ها و ابزارهای کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شد. در روش مطالعات کتابخانه‌ای، برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات این تحقیق و مباحث نظری مرتبط با موضوع از روش مطالعات کتابخانه‌ای و کتب و مقالات فارسی و انگلیسی، پایان‌نامه‌ها، سایت‌های مرتبط و مستندات و گزارش‌های مالی و اداری، آمارهای اختصاصی، هوش مصنوعی و غیره استفاده شده است.

در این پژوهش، پرسش نامه استاندارد پس از بومی سازی مورد استفاده قرار گرفت و به صورت حضوری و آنلاین بین کارکنان توزیع و جمع آوری و ثبت گردید. پرسش نامه پژوهش که از طیف ۵ مقیاسی لیکرت پیروی می کند که شامل دو بخش سؤالات عمومی و اختصاصی است. برای کسب روایی پرسشنامه های مورد استناد پژوهش بعد از ارائه به خبرگان علوم مدیریتی و رفع کاستی های آن و اعمال نظراتشان، روایی مناسب برای پرسشنامه ها حاصل گشت. در خصوص پایایی پرسشنامه با آزمون آلفای کرونباخ میزان آلفا برای هر پرسشنامه فراتر از ۰/۷ بوده و قابلیت پایایی را دارا است. روش های آماری مورد استفاده در این تحقیق، آمار توصیفی است. در بخش دیاموگراف در این پژوهش به تبیین فراوانی و درصد جنسیت، وضعیت تحصیلی، وضعیت سنی و وضعیت سابقه کاری نمونه آماری پرداخته شده و نرم افزار Spss مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون مدل فرضیه از مدل سازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است که به بررسی اثر و شدت اثر به صورت هم زمان می پردازد. برای اطمینان به مدل خروجی نرم افزار از روایی واگرا و همگرا استفاده شده است. پس از مرتب کردن داده های جمع آوری شده در نرم افزار اکسل، این اطلاعات به نرم افزار Spss انتقال داده شد و میانگین و انحراف معیار به شرح جدول ۱ مشخص گردید.

جدول ۱. توصیف متغیرهای تحقیق

متغیر	مدیریت منابع انسانی	مسئولیت اجتماعی	مشروعیت سازمانی
میانگین	۳/۴۷۶۹	۳/۵۰۰۳	۳/۴۹۷۷
انحراف معیار	۱/۲۲۳۸	۱/۱۶۳۴	۱/۱۹۰۸

بر اساس اطلاعات به دست آمده از پاسخ نمونه های آماری بر اساس میانگین حاصله در جدول ۱ مشخص گردید که افراد عموماً گزینه های زیاد و متوسط را انتخاب نموده اند. در ادامه به تحلیل استنباطی و بررسی فرضیه های پژوهش پرداخته می شود.

۳- یافته ها

بررسی جمعیت شناسی

در این بخش به بیان توصیفی مشخصات جامعه آماری با توجه به متغیرهای جنسیت، وضعیت تحصیلی و وضعیت تأهل و وضعیت سابقه کاری پرداخته شده است. جدول ۲ و نمودار ۱، توصیف کننده متغیر جنسیت در نمونه آماری مورد مطالعه است.

جدول ۲. بررسی وضعیت جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۲۲	۲۳/۱۶
مرد	۷۳	۷۶/۸۴

همان گونه که در جدول ۲ نشان داده شده است، از مجموع ۹۵ نفر نمونه آماری، تعداد ۲۲ نفر خانم و ۷۳ نفر آقا هستند. به عبارت دیگر، می توان بیان کرد که از مجموع اعضای نمونه آماری، ۲۳/۱۶ درصد بانوان و ۷۶/۸۴ درصد آقایان هستند. جدول ۳ و توضیحات متعاقب آن، توصیف کننده متغیر وضعیت تحصیلی در نمونه آماری مورد مطالعه است.

جدول ۳. بررسی وضعیت تحصیلی

سوابق تحصیلی	فراوانی	درصد
کاردانی	۱۳	۱۳/۶۹
کارشناسی	۴۹	۵۱/۵۸
کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۳	۳۴/۷۳

همان گونه که در جدول ۳ نشان داده شده است، از مجموع ۹۵ نفر نمونه آماری، تعداد ۱۳ نفر دارای مدرک کاردانی، ۴۹ نفر کارشناسی و ۳۳ نفر دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. به عبارت دیگر، می توان بیان کرد که از مجموع اعضای نمونه آماری، ۱۳/۶۹ درصد افراد دارای مدرک کاردانی، ۵۱/۵۸ درصد کارشناسی و ۳۴/۷۳ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. جدول ۴ و توضیحات متعاقب آن، توصیف کننده متغیر وضعیت سن در نمونه آماری مورد مطالعه است.

جدول ۴. بررسی وضعیت سن

فراوانی	درصد	
۱۰	۱۰/۵۴	بین ۲۰ الی ۳۰ سال
۲۶	۲۷/۳۶	بین ۳۰ الی ۴۰ سال
۳۱	۳۲/۶۳	بین ۴۰ الی ۵۰ سال
۲۸	۲۹/۴۷	بیش از ۵۰ سال

همان گونه که در جدول ۴ نشان داده شده است، از مجموع ۹۵ نفر نمونه آماری، تعداد ۱۰ نفر بین بازه سنی ۲۰ الی ۳۰ سال، ۲۶ نفر بین بازه سنی ۳۰ الی ۴۰ سال، ۳۱ نفر بین بازه ۴۰ الی ۵۰ سال و همچنین، ۲۸ نفر بیش از ۵۰ سال هستند. به عبارت دیگر، ۱۰/۵۴ درصد افراد نمونه آماری بین ۲۰ الی ۳۰ سال، ۲۷/۳۶ درصد بین بازه ۳۰ الی ۴۰ سال، ۳۲/۶۳ درصد بین بازه ۴۰ الی ۵۰ سال و ۲۹/۴۷ درصد بیش از ۵۰ سال هستند. جدول ۵ و توضیحات متعاقب آن، توصیف کننده متغیر وضعیت سابقه کار افراد در نمونه آماری مورد مطالعه است.

جدول ۵. بررسی وضعیت سابقه کار

فراوانی	درصد	
۱۴	۱۴/۸۳	کمتر از ۱۰ سال
۲۸	۲۹/۴۷	بین ۱۰ الی ۱۵ سال
۳۷	۳۸/۹۶	بین ۱۵ الی ۲۰ سال
۱۶	۱۶/۸۴	بیش از ۲۰ سال

همان گونه که در جدول ۵ نشان داده شده است، از مجموع ۹۵ نفر نمونه آماری، تعداد ۱۴ نفر سابقه کار کمتر از ۱۰ سال، ۲۸ نفر بین بازه ۱۰ الی ۱۵ سال، ۳۷ نفر بین بازه ۱۵ الی ۲۰ سال و ۱۶ نفر بیش از ۲۰ سال سابقه کار دارند. به عبارت دیگر، ۱۴/۸۳ درصد افراد پاسخ دهنده کمتر از ۱۰ سال، ۲۹/۴۷ درصد بین بازه ۱۰ الی ۱۵ سال، ۳۸/۹۶ درصد بین بازه ۱۵ الی ۲۰ سال و ۱۶/۸۴ درصد بیش از ۲۰ سال سابقه دارند.

آزمون کرونباخ

آزمون حاضر جهت پایایی داده‌های پرسش‌نامه‌ها تداعی گردیده است که میزان ضریب آلفا که بیش از ۰/۷ باشد، نشان‌دهنده پایایی بالای این داده‌ها است. در ذیل، جدول مربوط به این فرایند و آزمون وارد گردیده است.

جدول ۶. آزمون آلفای کرونباخ

نام پرسش‌نامه‌ها	آلفای کرونباخ	تعداد پاسخ‌دهنده	تعداد سؤالات
مدیریت منابع انسانی	۰/۸۳۸		۱۴
مسئولیت اجتماعی	۰/۸۷۳	۳۵	۳۵
مشروعیت سازمانی	۰/۸۶۴		۲۶

با توجه به جدول ۶ می‌توان بیان کرد که میزان ضریب آلفای کرونباخ فراتر از ۰/۷ بوده و نیز میزان آن در این پرسشنامه‌ها برای مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۸۳۸، مسئولیت اجتماعی برابر با ۰/۸۷۳ و مشروعیت سازمانی برابر با ۰/۸۶۴ به دست آمده است که نشان از پایایی مناسب پرسشنامه‌ها دارد و قابلیت استناد‌پذیری را داراست. همچنین، جهت جلوگیری از اتلاف وقت و هزینه و صرفه‌جویی در امور پرسشنامه به صورت موردی در یک نمونه آزمایشی ۳۵ نفره توزیع گردیده شد که پس از تعیین پایا بودن پرسشنامه، در نمونه آماری اصلی توزیع شد و میزان محاسبه آلفای دوم که در این بخش آمده، مربوط به کل نمونه آماری است.

آزمون نرمالیت

نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S) نشان می‌دهد که چون معیار تصمیم از ۵ درصد کوچک‌تر است، متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال برخوردار نبوده (توزیع غیر نرمال) و در نتیجه باید از آزمون‌های ناپارامتریک جهت تجزیه و تحلیل استفاده کرد. با توجه به بهره‌مندی پژوهش از آزمون معادلات ساختاری، در پژوهش حاضر از نرم‌افزار SmartPLS استفاده شده است.

جدول ۷. خروجی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S)

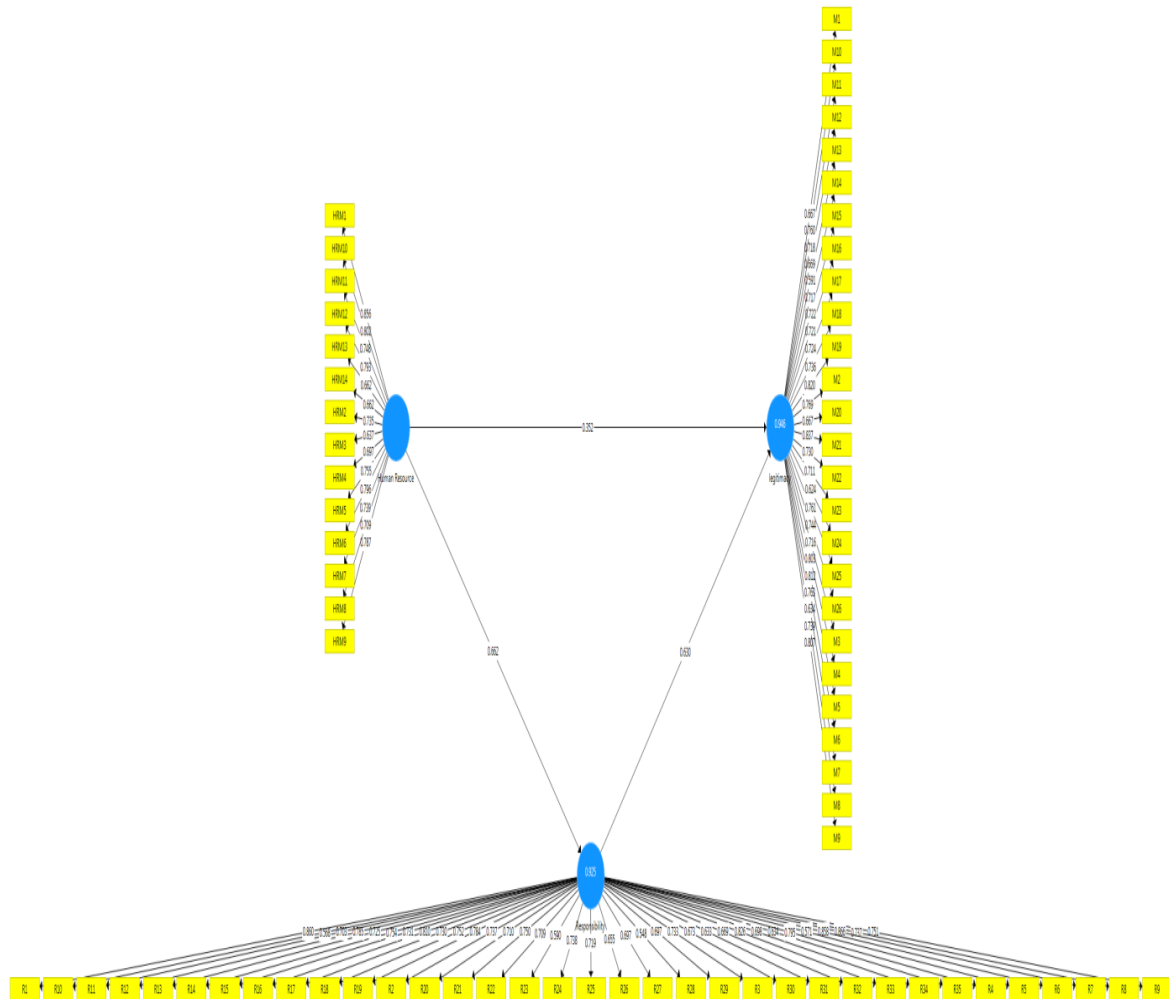
متغیر	مدیریت منابع انسانی	مسئولیت اجتماعی	مشروعیت سازمانی
آماره Z	۱/۷۰۸	۲/۰۳۷	۱/۸۹۷
معیار تصمیم	۰/۰۳۲	۰/۰۰۹	۰/۰۲۴

آزمون معادلات ساختاری

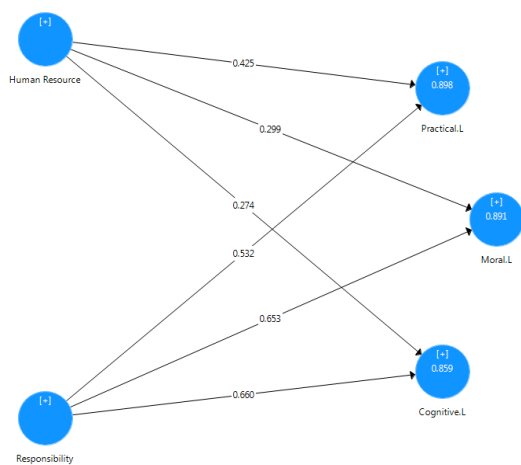
برای سنجش تعیین ارتباط و شدت ارتباط میان سه متغیر به صورت هم‌زمان از آزمون معادلات ساختاری استفاده شده است. برای این منظور با بهره‌گیری از نرم‌افزار SmartPLS اقدام به سنجش آن‌ها شده است. سطح اطمینان در نرم‌افزار به صورت پیش فرض ۹۵ درصد تعیین شده است. خروجی نرم‌افزار به دو صورت ضریب مسیر و T بوده که در ادامه به تشریح آن می‌پردازیم. برای انجام این آزمون، پیش شرط‌هایی وجود دارد که به شرح ذیل است:

- ۱- مقدار آماره T فراتر از بازه بحرانی ۱/۹۶ باشد.
- ۲- مقدار ضریب مسیر بین بازه منفی الی مثبت یک در نوسان است که این مقدار نباید به صفر نزدیک باشد. در غیر این صورت می‌توان بیان نمود که رابطه وجود ندارد.

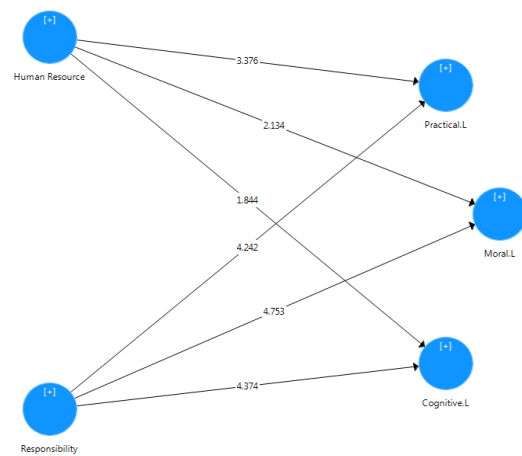
بر اساس خروجی مشخص شده از نرم افزار که در شکل ۲ قابل مشاهده است، میزان بار عاملی هر سؤال فراتر از ۰/۶ بوده است و می توان بیان داشت که پاسخ ها به درستی برای پاسخ دهنده، تشریح و تبیین شده است.



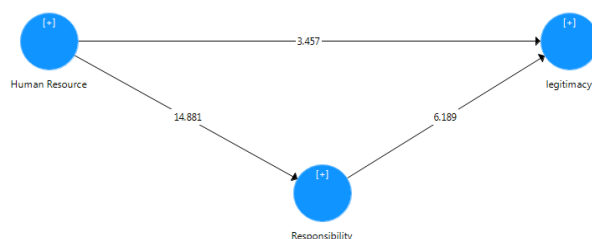
شکل ۲. مقدار ضریب مسیر میان متغیرها



شکل ۴. اثرگذاری متغیرها با متغیرهای مکنون مشروعیت همراه با مقادیر t-values



شکل ۳. تبیین ضریب مسیر میان متغیرها با متغیرهای مکنون مشروعیت



نمودار ۵. اثرگذاری متغیرها همراه با مقادیر t-values

جدول ۸. خلاصه نتایج آزمون معادلات ساختاری

	نمونه اصلی	انحراف معیار	آماره T	معیار تصمیم
Human Resource -> Responsibility	۰/۶۶۲	۰/۶۶۳	۱۴/۸۸۱	۰/۰۰۰
Human Resource -> legitimacy	۰/۳۵۲	۰/۳۴۹	۳/۴۵۷	۰/۰۰۱
Responsibility -> legitimacy	۰/۶۳۰	۰/۶۳۳	۶/۱۸۹	۰/۰۰۰

با توجه به تحلیل صورت گرفته و بر اساس نتایج به دست آمده در شکل ۵ و نیز جدول ۸ می‌توان نتایج را این گونه تفسیر نمود که بر اساس میزان ضریب مسیر میان مدیریت منابع انسانی با مسئولیت اجتماعی و میزان ضریب مسیر برابر با ۰/۶۶۲ و نیز مقدار آماره T که فراتر از ۱/۹۶ بوده و برابر با ۱۴/۸۸۱ است، می‌توان بیان نمود که متغیرها بر یکدیگر اثرگذار هستند و از آنجایی که معیار تصمیم کوچک‌تر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۰۰ است، می‌توان این نتیجه را تأیید نمود. با توجه به مقدار میزان ضریب مسیر میان متغیرهای مدیریت منابع انسانی با مشروعیت با توجه به میزان ضریب مسیر برابر با ۰/۳۵۲ و نیز مقدار آماره T که فراتر از ۱/۹۶ بوده و برابر با ۳/۴۵۷ است، می‌توان بیان نمود که متغیرها بر یکدیگر اثرگذار هستند و از آنجایی که معیار تصمیم کوچک‌تر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۰۱ است، می‌توان این نتیجه را تأیید نمود. با توجه به مقدار میزان ضریب مسیر میان متغیرهای مسئولیت اجتماعی با مشروعیت و میزان ضریب مسیر برابر با ۰/۶۳۰ و نیز مقدار آماره T که فراتر از ۱/۹۶ بوده و برابر با ۶/۱۸۹ است، می‌توان بیان نمود که متغیرها دارای ارتباط با یکدیگر هستند و از آنجا که معیار تصمیم کوچک‌تر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۰۰ است، می‌توان این نتیجه را تأیید نمود. بر اساس خروجی نرم‌افزار Smart PLS، مشخصه هر عامل با توجه به مدل آن مورد بررسی روایی سازه و همگرا قرار می‌گیرد که در جدول ۹ نتایج به آن مشخص شده است.

جدول ۹. روایی واگرا و همگرا

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
مدیریت منابع انسانی	۰/۹۳۷	۰/۹۴۰	۰/۹۴۵	۰/۵۵۳
مسئولیت اجتماعی	۰/۹۷۳	۰/۹۷۵	۰/۹۷۴	۰/۵۲۴
مشروعیت	۰/۹۶۵	۰/۹۶۶	۰/۹۶۷	۰/۵۳۵

بر اساس مقدار CR که باید بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد، بر اساس تحلیل صورت گرفته برای تمامی ارکان متغیرها این امر رعایت شده است. همچنین، مقدار AVE باید فراتر از ۰/۵ باشد و نیز شرط دیگر که در جهت تأیید روایی باید در نظر گرفته شود، این است که مقدار AVE از میزان CR کوچک‌تر باشد که این امر هم رعایت شده است. بر این اساس، می‌توان بیان نمود که مدل دارای روایی همگرا و روایی واگرای مناسبی است.

تفسیر فروض پژوهش

- بررسی فرضیه اول

فرضیه اول پژوهش حاضر، «منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر می گذارد» است. بر این اساس، برای بررسی فرضیه پژوهش طبق آزمون معادلات ساختاری نتایج ذیل به دست آمده است:

فرضیه صفر: منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر نمی گذارد.
فرضیه یک: منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر می گذارد.

جدول ۱۰. بررسی فرضیه اول پژوهش

فرضیه	معیار تصمیم	آماره T	ضریب مسیر	نتیجه
منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر می گذارد.	۰/۰۰۱	۳/۳۷۶	۰/۴۲۵	تأیید

بر اساس نتیجه به دست آمده بر حسب شکل های ۳ و ۴ و جدول ۱۰ مشخص گردید که با توجه به مقدار معیار تصمیم که کمتر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۰۱ است و نیز با توجه به مقدار آماره T که برابر با ۳/۳۷۶ بوده و فراتر از میزان بحرانی ۱/۹۶ است و نیز مقدار ضریب مسیر که برابر با ۰/۴۲۵ است، می توان بیان داشت که منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر می گذارد. لذا، فرضیه پژوهش مورد تأیید است. بدین ترتیب، می توان بیان نمود که فرضیه صفر رد شده و فرضیه یک مورد تأیید قرار گرفته است.

- بررسی فرضیه دوم

فرضیه دوم پژوهش حاضر، «جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می گذارد» است. بر این اساس، برای بررسی فرضیه پژوهش طبق آزمون معادلات ساختاری نتایج ذیل به دست آمده است:

فرضیه صفر: جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر نمی گذارد.
فرضیه یک: جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می گذارد.

جدول ۱۱. بررسی فرضیه دوم پژوهش

فرضیه	معیار تصمیم	آماره T	ضریب مسیر	نتیجه
جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می گذارد.	۰/۰۳۳	۲/۱۳۴	۰/۲۹۹	تأیید

بر اساس نتیجه به دست آمده بر حسب شکل های ۳ و ۴ و جدول ۱۱، مشخص گردید که با توجه به مقدار معیار تصمیم که کمتر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۳۳ است و نیز با توجه به مقدار آماره T که برابر با ۲/۱۳۴ بوده و فراتر از میزان بحرانی ۱/۹۶ است و نیز مقدار ضریب مسیر که برابر با ۰/۲۹۹ است، می توان بیان داشت که جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می گذارد. لذا، فرضیه پژوهش مورد تأیید است. بدین ترتیب، می توان بیان نمود که فرضیه صفر رد شده و فرضیه یک مورد تأیید قرار گرفته است.

- بررسی فرضیه سوم

فرضیه سوم پژوهش حاضر، «جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌شناختی سازمان تأثیر می‌گذارد» است. بر این اساس، برای بررسی فرضیه پژوهش طبق آزمون معادلات ساختاری نتایج ذیل به دست آمده است:

فرضیه صفر: جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌شناختی سازمان تأثیر نمی‌گذارد.
فرضیه یک: جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌شناختی سازمان تأثیر می‌گذارد.

جدول ۱۲. بررسی فرضیه سوم پژوهش

فرضیه	معیار تصمیم	آماره T	ضریب مسیر	نتیجه
جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌شناختی سازمان تأثیر می‌گذارد.	۰/۰۶۶	۱/۸۴۴	۰/۲۷۴	رد

بر اساس نتیجه به‌دست‌آمده بر حسب شکل‌های ۳ و ۴ و جدول ۱۲، مشخص گردید که با توجه به مقدار معیار تصمیم که بزرگ‌تر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۶۶ است و نیز با توجه به مقدار آماره T که برابر با ۱/۸۴۴ بوده و درون بازه بحرانی ۱/۹۶ قرار دارد و نیز مقدار ضریب مسیر که برابر با ۰/۲۷۴ است، می‌توان بیان داشت که جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌شناختی سازمان تأثیر نمی‌گذارد. لذا، فرضیه پژوهش مورد تأیید نیست. بدین ترتیب، می‌توان بیان نمود که فرضیه صفر، تأیید و فرضیه یک، رد می‌گردد. در جدول ۱۳، خلاصه نتایج پژوهش آورده شده است.

جدول ۱۳. خلاصه نتایج پژوهش

ردیف	فرضیه	نتیجه
۱	منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌عمل‌گرایانه سازمان تأثیر می‌گذارد.	تأیید
۲	جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می‌گذارد.	تأیید
۳	جهت‌گیری منابع انسانی به‌طور مثبت و قابل‌توجهی بر مشروعیت‌شناختی سازمان تأثیر می‌گذارد.	رد

همچنین، در خلال آزمون معادلات ساختاری به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ابعاد متغیرهای مشروعیت پرداخته شده است که نتایج به‌دست‌آمده از آن نیز در جدول ۱۴ به‌طور خلاصه بیان شده است.

جدول ۱۴. خلاصه نتایج مسئولیت اجتماعی با مشروعیت

معیار تصمیم	آماره T	انحراف معیار	نمونه اصلی
۰/۰۰۰	۴/۳۷۴	۰/۶۶۶	Responsibility -> Cognitive.L
۰/۰۰۰	۴/۷۵۳	۰/۶۶۵	Responsibility -> Moral.L
۰/۰۰۰	۴/۲۴۲	۰/۵۴۱	Responsibility -> Practical.L

بر اساس جدول ۱۴ مشخص شده است که تمامی معیارهای تصمیم مرتبط با متغیرهای مسئولیت اجتماعی با ابعاد مشروعیت (به ترتیب شناختی، اخلاقی و عملی) کوچک‌تر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۰۰ هستند و نیز با توجه به قرارگیری آماره T فراتر از میزان بحرانی ۱/۹۶ و نیز ضریب مسیر میان متغیرها ۰/۶۶۰، ۰/۶۵۳ و ۰/۵۳۲ نشان از اثر مثبت و مستقیم متغیرها بر یکدیگر داشته و نیز مشخص شده است که بیشترین اثری که مسئولیت اجتماعی می‌تواند بر ابعاد مشروعیت بگذارد، مربوط به متغیر مشروعیت شناختی بوده و کمترین آن نیز مرتبط به عملی است.

۴- بحث و نتیجه گیری

بر اساس نتیجه به دست آمده برحسب شکل های ۳ و ۴ مشخص گردید که با توجه به مقدار معیار تصمیم که کمتر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۲۰ است و نیز با توجه به مقدار آماره T که برابر با ۳/۳۷۶ بوده و فراتر از میزان بحرانی ۱/۹۶ است و نیز مقدار ضریب مسیر که برابر با ۰/۴۲۵ است، می توان بیان داشت که منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت عمل گرایانه سازمان تأثیر می گذارد. لذا، فرضیه پژوهش مورد تأیید است. بدین ترتیب، می توان بیان نمود که فرضیه صفر رد شده و فرضیه یک مورد تأیید قرار گرفته است. بر اساس نتیجه به دست آمده بر حسب شکل های ۳ و ۴ مشخص گردید که با توجه به مقدار معیار تصمیم که کمتر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۳۳ است و نیز با توجه به مقدار آماره T که برابر با ۲/۱۳۴ بوده و فراتر از میزان بحرانی ۱/۹۶ است و نیز مقدار ضریب مسیر که برابر با ۰/۲۹۹ است، می توان بیان داشت که جهت گیری منابع انسانی به طور مثبت و قابل توجهی بر مشروعیت اخلاقی سازمان تأثیر می گذارد. لذا، فرضیه پژوهش مورد تأیید است. بدین ترتیب، می توان بیان نمود که فرضیه صفر رد شده و فرضیه یک مورد تأیید نیست. بدین ترتیب، می توان بیان نمود که فرضیه صفر تأیید و فرضیه یک رد شده است.

همچنین، علاوه بر تحلیل و تفسیر فروض پژوهش، در آزمون معادلات ساختاری بررسی اثری که متغیر مسئولیت اجتماعی بر ابعاد مشروعیت سازمانی می گذارد، انجام گرفته و مشخص شد که بر اساس جدول ۷، تمامی معیارهای تصمیم مرتبط با متغیرهای مسئولیت اجتماعی با ابعاد مشروعیت (به ترتیب شناختی، اخلاقی و عملی) کوچک تر از ۰/۰۵ بوده و برابر با ۰/۰۰۰ هستند و نیز با توجه به قرارگیری آماره T فراتر از میزان بحرانی ۱/۹۶ و نیز ضریب مسیر میان متغیرها ۰/۶۶۰، ۰/۶۵۳ و ۰/۵۳۲ نشان از اثر مثبت و مستقیم متغیرها بر یکدیگر داشته است. به علاوه، مشخص شده است که بیشترین اثری که مسئولیت اجتماعی می تواند بر ابعاد مشروعیت بگذارد، مربوط به متغیر مشروعیت شناختی بوده و کمترین آن نیز مرتبط به عملی است. وجود مشروعیت برای تمامی سیستم های سازمانی که برگرفته از نظام مردم سالاری است و مخاطب اصلی آن ها عامه مردم هستند، بسیار حیاتی است. با وجود قابلیت های بالای مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی در حفظ و ارتقاء مشروعیت، در تحقیقات علمی و اقدامات کاربردی سازمان ها چندان توجهی به آن نشده است. از این رو، پژوهش حاضر اقدام به بررسی این مهم نموده است. نتایج نشان داد بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش های موزا و همکاران، دل-کاستیلو-فیتو و همکاران و اریکسون و همکاران هم سو است. این نتیجه را می توان این گونه استدلال کرد که سازمان هایی با سیستم های مدیریت منابع انسانی خوب می توانند بین ذی نفعان سازمانی اجماع ایجاد کنند. سیستم مدیریت منابع انسانی در سازمان با ایجاد اجماع از طریق تعامل با ذی نفعان سازمانی (داخلی و خارجی)، فرهنگ و هنجارهای اجتماعی، مشروعیت سازمان ها را تعیین می کند و این تعاملات به سازمان اعتبار و قدرت نفوذ بیشتر می بخشد. علاوه بر این، تعاملات میان ذی نفعان و رسیدن به اجماع میان آنان را می توان از طریق سیستم مدیریت منابع انسانی که قادر به ایجاد تعاملات متعدد بین ذی نفعان است، دست کاری و هدایت کرد زیرا تأثیر سیستم مدیریت منابع انسانی بر مشروعیت در بستر سازمان ها قابل ملاحظه است. همچنین، نتایج نشان داد بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش های دل-کاستیلو-فیتو و همکاران، رهنورد، محمدی و خدابنده هم سو است. این نتیجه را می توان این گونه استدلال کرد که مسئولیت اجتماعی به دلایلی می تواند

بر مشروعیت سازمانی تأثیر بگذارد؛ اولاً، اقدامات مسئولیت اجتماعی که از مهم‌ترین راهبردهای سازمانی برای به دست آوردن مشروعیت سازمانی است تأکید کرد که سازمان‌ها به منظور افزایش تناسب اقدامات خود با مجموعه‌ای از قوانین، هنجارها، ارزش‌ها و باورهای خاص که توسط سهام‌داران متعدد ایجاد شده‌اند، در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت می‌کنند؛ بنابراین، اقدامات مسئولیت اجتماعی یکی از راهبردهای مهم در به دست آوردن مشروعیت سازمانی است. به عبارت دیگر، یکی از مقاصد اصلی مسئولیت اجتماعی، دنبال کردن تصور یا فرض عمومی بوده که همان مشروعیت سازمانی است. ثانیاً، عملکرد مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که می‌تواند اثر مثبتی بر مشروعیت سازمانی داشته باشد. سازگاری بین رفتارهای شرکت و انتظارات ذی‌نفعان، پیش‌نیاز مهمی برای مشروعیت سازمانی است. مسئولیت اجتماعی شامل تعهدات و رفتارهای مثبت و مسئولانه سازمان‌ها در قبال ذی‌نفعان است. در نتیجه، مسئولیت اجتماعی می‌تواند انتظارات ذی‌نفعان را برآورده کند و به نوبه خود مشروعیت سازمانی را ایجاد، حفظ و تقویت نماید. با توجه به یافته‌های پژوهش و نتایج پیشنهاد می‌شود در محیط‌های بسیار نهادینه‌شده مانند سازمان‌های دولتی، کسب مشروعیت تا حد زیادی به سیستم مدیریت منابع انسانی بستگی دارد؛ بنابراین، برای اطمینان از مشروعیت، پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان‌ها تلاش خود را برای ایجاد و حفظ یک سیستم مدیریت منابع انسانی خوب اختصاص دهند. این امر نه تنها باعث بهبود مشروعیت سازمانی می‌شود بلکه سازوکاری را ایجاد می‌کند که با آن رفتار ذی‌نفعان مدیریت می‌شود. مشروعیت، چارچوبی برای تصمیم‌گیری فراهم می‌کند که با سایر روش‌های عقلانی متفاوت است. تصمیمات افراد تحت تأثیر این باور است که تصمیمات سازمان‌های مشروع، صحیح و مناسب بوده و باید از آن‌ها پیروی کرد. بدین ترتیب، سازمان‌ها با مشروعیت بالا می‌توانند فعالیت‌های خود را آسان‌تر و سریع‌تر بهبود و توسعه دهند زیرا از حمایت بیشتری از سوی ذی‌نفعان خود برخوردار خواهند بود. از سوی دیگر، فقدان مشروعیت می‌تواند به زیر سؤال بردن فعالیت‌های سازمانی منجر شود و بر اجرای فرایندها اثر منفی بگذارد. برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت برای مدیران که بتوانند به‌طور مناسبی در قبال توسعه فعالیت‌ها و تقویت اقتدار سازمانی برای کارکنان را همراه داشته باشد، می‌تواند مفید فایده باشد. از سوی دیگر، این امر می‌تواند به نهادینه‌گرایی سازمان و وظایف آن برای کارکنان کمک‌رسان باشد. همچنین، پیشنهاد می‌شود برای تقویت مسئولیت اجتماعی کارکنان به بررسی نقاط ضعف و قوت رفتارهای فردی کارکنان اقدام شود تا به‌طور معقولانه و مناسب در قبال نیاز و خواست ارباب‌رجوع اقدام گردد.

منابع

- تمدن، مریم، و قربانی، شاهپور. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر بهبود عملکرد مالی با نقش میانجی دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، ۸(۲۸)، ۱۵۲۰-۱۵۳۵.
- خزایی، جواد. (۱۳۹۵). *تحلیل تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر تصویر نمادین، تصویر عملکردی و وفاداری برند*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- خلیفه سلطانی، حشمت، حسینی، سید مجتبی، و عسگری، ناصر. (۱۳۹۳). *سبک‌های رهبری توانمندساز مدیریت دانش*. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۲(۸).
- دلیری، رحمان. (۱۳۹۶). *مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تأثیر آن بر رضایت مشتریان در شرکت امداد خودرو سایپا*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران.
- رابینز، استیفن پی. (۱۳۹۵). *رفتار سازمانی مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها* (ترجمه پارسایان، علی، و اعرابی، سید محمد؛ جلد ۱، چاپ نهم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رضائیان، علی. (۱۳۹۲). مدیریت رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها) (چاپ اول). تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

رؤیایی، رمضانی، و مهردوست، حسین. (۱۳۹۶). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقاء مسئولیت اجتماعی - بررسی موردی مدیران تک‌پست سازمان صداوسیما. پژوهشنامه علوم/اجتماعی، ۳.

صنوبر، ناصر، خلیلی، مجید، و ثقفیان، حامد. (۱۳۸۹). بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها. کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۲(۴)، ۲۸-۵۲.

فیروزی، رامین، و خداپرستی، بشیر. (۱۴۰۲). واکاوی نقش رسانه‌ای شدن و مسئولیت اجتماعی شرکت بر ادراک مشتری با توجه به نقش تعدیلگر ریسک شهرت (مورد مطالعه: مشتریان محصولات شرکت اروم آدا). مطالعات رفتار مصرف‌کننده، ۱۰(۱)، ۷۲-۹۰.

Amorim-Lopes, M., Oliveira, M., Raposo, M., Cardoso-Grilo, T., Alvarenga, A., Barbas, M.,... & Barbosa-Póvoa, A. (2021). Enhancing optimization planning models for health human resources management with foresight. *Omega*, 103, 102384.

Anthony W. I. & Hong G. J. (2022). Exploring The Direct And Indirect Effects Of CSR On Organizational Commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), Pp: 500 – 525.

Babaei, D., Ahmad, A., Idris, K., Omar, Z., & Rahimian, H. (2012). The Impact Of Human Resource Practices And Organizational Citizenship Behaviors On Firm Performance. *American Journal of Applied Sciences*, 9(1). 47-53.

Cheng Lian Chew, J. (2004). *The influence of human resource management practices on the retention of core employees of Australlian organizations: An Empirical Study*. Doctor of Philosophy, Murdoch University.

Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A., & Hernández-Perlines, F. (2022). The impacts of socially responsible human resources management on organizational legitimacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121274

Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A., & Prado-Roman, C. (2019). Factors affecting individual decisions based on business legitimacy. *Journal of Promotion Management*, 25(2), 181-199.

Dimosthenis, T. M., & Apostolos, D. Z. (2022). The effects in the structure of an organization through the implementation of policies from corporate social responsibility (CSR). *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 148, 634-638.

Engelsberger, A., Halvorsen, B., Cavanagh, J., & Bartram, T. (2022). Human resources management and open innovation: The role of open innovation mindset. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 60(1), 194-215.

Famiyeh, S. (2017). Corporate Social Responsibility And Firm's Performance: Empirical Evidence. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 390-406.

Fatima, H. (2011). Does employee retention affect organizational competence. *Industrial Engineering Letters*, 1(1), 24-39.

Gyves, Sh., & O'Higgins, E. (2016). Corporate Social Responsibility: An Avenue For Sustainable Benefit For Society And The Firm?. *Society And Business Review*, 3(3), 207-223.

Harris, J. W. (2022). Key concepts for quality improvement in EFQM. *European Journal of Quality*, 8(4), 86-109.

Iamandi, I. (2007). Corporate social responsibility and social responsiveness in a global business environment. A comparative theoretical approach. *Romanian Economic Journal*, 10(23), 3-18.

Kaya, A. (2015). The Relationship between Spiritual Leadership and Organizational Citizenship Behaviors: A Research on School Principals' Behaviors. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 15(3), 597-606.

Lim, B. T., & Loosemore, M. (2017). The effect of inter-organizational justice perceptions on organizational citizenship behaviors in construction projects. *International Journal of Project Management*, 35(2), 95-106.

Lindgreen, A., Swaen, V., & Johnston, W. J. (2009). Corporate social responsibility: An empirical investigation of US organizations. *Journal of business ethics*, 85, 303-323.

López-Domínguez, M., Enache, M., Sallan, J. M., & Simo, P. (2013). Transformational leadership as an antecedent of change-oriented organizational citizenship behavior. *Journal of business research*, 66(10), 2147-2152.

- Mattila, M. (2009). Corporate social responsibility and image in organizations: for the insiders or the outsiders?. *Social Responsibility Journal*, 5(4), 540-549.
- McCarthy, S., Oliver, B., & Song, S. (2017). Corporate social responsibility and CEO confidence. *Journal of Banking & Finance*, 75, 280-291.
- Mehra, A., Smith, B. R., Dixon, A. L., & Robertson, B. (2006). Distributed leadership in teams: The network of leadership perceptions and team performance. *The leadership quarterly*, 17(3), 232-245.
- Memon, S. B., Panhwar, I. A., & Rohra, C. L. (2020). Investigating the mediating role hr policies retention. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 4(8), 4046-4057.
- Miotto, G., Del-Castillo-Feito, C., & Blanco-González, A. (2020). Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' sustained competitive advantage. *Journal of Business Research*, 112, 342-353.
- Mouly Potluri, R., & Temesgen, Z. (2008). Corporate social responsibility: an attitude of Ethiopian corporates. *Social Responsibility Journal*, 4(4), 456-463.
- Quezado, T. C. C., Cavalcante, W. Q. F., Fortes, N., & Ramos, R. F. (2022). Corporate social responsibility and marketing: a bibliometric and visualization analysis of the literature between the years 1994 and 2020. *Sustainability*, 14(3), 1694.
- Sanjeevkumar, V. (2012). A study on employee's intention to stay in public companies in Kedah. *Zenith International Journal of Business Economics & Management Research*, 2(4), 91-101.
- Silva, S., Nuzum, A. K., & Schaltegger, S. (2019). Stakeholder expectations on sustainability performance measurement and assessment. A systematic literature review. *Journal of Cleaner production*, 217, 204-215.
- Sinclair Jr, M. (2013). *The influence of trust and affective organizational commitment on intent to leave*. Walden University.
- Sousa Filho, J. M. D., Wanderley, L. S. O., Gómez, C. P., & Farache, F. (2010). Strategic corporate social responsibility management for competitive advantage. *BAR-Brazilian Administration Review*, 7, 294-309.
- Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2017). Legitimacy. *Academy of Management Annals*, 11(1), 451-478.
- Tang, H. W. V., Yin, M. S., & Nelson, D. B. (2010). The relationship between emotional intelligence and leadership practices: A cross-cultural study of academic leaders in Taiwan and the USA. *Journal of managerial psychology*, 25(8), 899-926.
- Tavousi, A. R. (2022). *The relationship between intelligent leadership and components of teaching organization respecting to education department experts in Qom*. M.A. Thesis of Educational Management, Islamic Azad University of Saveh. (In Persian)