

بررسی شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر عوامل مشروعیت سازمانی (مورد مطالعه: شعب بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد)

یاسر رزم خواه^{۱*}

غلام سجادی خواه^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر عوامل مشروعیت سازمانی (مورد مطالعه: بانک های ملی شهر یاسوج) می باشد که از نظر روش شناسی، تحقیق حاضر توصیفی وهمبستگی و روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است، بررسی روایی پرسشنامه تحقیق از طریق روایی محتوا و بررسی اساتید مورد تایید و قرار گرفته است و پایایی پرسشنامه مورد نظر به وسیله آلفای کرونباخ و با پیش آزمون ۳۰ پرسشنامه تمامی متغیرهای تحقیق بالای ۰/۷ بدست آمده است، جامعه آماری تحقیق از ۴۵۰ نفر از کارکنان بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد می باشند، که از طریق نمونه گیری در دسترس با توجه به فرمول کوکران تعداد ۲۰۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند به منظور تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها، از مدل معادلات ساختاری و برای انجام این تحلیل های از نرم افزارهای Spss, Smart Pls استفاده شده است، سنجش روایی پرسشنامه نیز از طریق روایی محتوایی و روایی سازه با استفاده از نرم افزار SmartPls به عمل آمده است، نتایج بدست آمده بیانگر وجود تاثیر معنادار " شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر عوامل مشروعیت سازمانی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد " بود.

واژگان کلیدی

مدیریت منابع انسانی، مسئولیت اجتماعی، مشروعیت سازمانی، بانک ملی

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج، یاسوج، ایران. (نویسنده مسئول

yas1370222@gmail.com)

^۲ دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج، یاسوج، ایران. (gholam.sajadikh@yahoo.com)

۱. مقدمه

مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی در بانک‌ها به طور مستقیم به یکدیگر مرتبط هستند. در واقع، مسئولیت اجتماعی بانک‌ها تأثیر مستقیم بر مشروعیت سازمانی آنها دارد. که به معنای قبول و توجه توانایی یک سازمان برای عملکرد در جامعه است. که برای داشتن مشروعیت سازمانی قوی، بانک‌ها باید با توجه به منافع و نیازهای سبک زندگی افراد و جوامع که در آن فعالیت می‌کنند، عمل نمایند. بدین ترتیب، مسئولیت اجتماعی بانک‌ها نقش حیاتی در ایجاد و تقویت مشروعیت سازمانی خود دارد. مسئولیت اجتماعی بانک‌ها شامل توجه به منافع و نیازهای مشتریان، رعایت قوانین و مقررات، تعامل با جامعه‌ی محلی و حفظ حقوق اقلیت‌ها، ترویج شفافیت و شرکت در فعالیت‌های مشارکتی و انسانیت می‌شود. بانک‌ها باید به عنوان یک عضو فعال در جامعه، علاوه بر ارائه خدمات مالی، نقشی پررنگ در ایجاد ارزش برای اعضای جامعه داشته باشند. این شامل ایجاد شغل، حمایت از کسب و کارها، تسهیل رشد اقتصادی، حفظ محیط زیست، حمایت از آموزش و سواد مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. به طور خلاصه، مسئولیت اجتماعی بانک‌ها بر مشروعیت سازمانی آنها تأثیر می‌گذارد و همین ارتباط تقویت‌کننده‌ی موقعیت و اعتماد عمومی به بانک می‌باشد.

یکی از مهمترین عوامل اثربخشی و کارایی استفاده از مهم‌ترین منبع سازمانی مشروعیت سازمانی و تصویر ذهنی ناشی از آن در سازمان می‌باشد، در صورتی که سازمان‌ها بتوانند مشروعیت خود را به بهترین نحو بالا ببرند و تصویر ذهنی کارکنان خود را کنترل کنند، خواهند توانست بسیاری از کمبودها و نقاط ضعف را پشت سر بگذارند و به اهداف سازمانی نزدیک شوند (قربان نژاد ملکی، ۱۳۹۰: ۵۴).

در واقع مشروعیت سازمانی انگیزه مهمی برای سازگاری همزمان به شکل رفتارهای خلاق است و نیروی انگیزاننده سازمان برای افزایش عملکرد و رفتارهای خلاق نسبت محیط سازمانی است، این مسئله از آن جهت اهمیت دارد که وقتی سازمان مشروعیت خود را از دست می‌دهد یا از مشروعیت آن کاسته می‌شود، حمایت محیطی و حمایت ناشی از ذینفعان خود را از دست می‌دهد (کازمی وحیدری، ۱۴۰۰: ۹۹). مشروعیت به طور گسترده به عنوان یک شرط، علت و نتیجه در سایر پدیده‌های اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد، که می‌تواند چالش دائمی در سازمان و رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مدیریت منابع انسانی باشد که می‌تواند انتظارات سازمانی را شناسایی نماید (سچون، ۲۰۲۲: ۴۷۸)، در واقع می‌تواند مشروعیت در سازمان یک تناسب درک شده از یک سیستم اجتماعی از نظر قواعد ارزش‌ها و باورها باشد که می‌تواند اقدامات آن را با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه مطابقت دهند، سازمان‌هایی که سطح مشروعیت بالایی دارند به دلیل حمایت اجتماعی خود موفق‌تر و طولانی‌مدت‌تر از سازمان‌هایی هستند که سطح مشروعیت پایین‌تری دارند، امروزه سازمان‌ها می‌توانند به طور فعال سطح مشروعیت درک شده خود را مدیریت نمایند تا بتوانند انتظارات ذینفعان را برآورده نمایند (دل کاستیلو فایتو و همکاران، ۲۰۲۲: ۲).

بررسی نگرش‌ها کارمندان به عنوان یکی از شاخص‌های اجتماعی، به دلیل نتایج قابل ملاحظه‌ای که می‌تواند بر بهبود رفتار سازمانی، عملکرد، اثربخشی و پیشرفت سازمان و کاهش هزینه‌ها داشته باشد از اهمیت به خصوصی برخوردار است. از طرفی هر سازمانی در صدد آگاهی از نگرش‌هایی است که کارمندان در آن باره تجربه‌ای دارند تا این نگرش‌ها به نحوی در خدمت اهداف سازمانی قرار گیرد و نتایج چشمگیری بر بهبود رفتار سازمانی داشته باشد (آل شاماماری، ۲۰۲۱: ۲). مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها شامل نگرانی‌های اجتماعی و زیست محیطی در عملیات تجاری و تعامل با ذینفعان می‌باشد (اسلام و همکاران، ۲۰۲۱: ۵) که موج جدیدی را در اقتصاد جهانی به وجود آورده است، که در حال

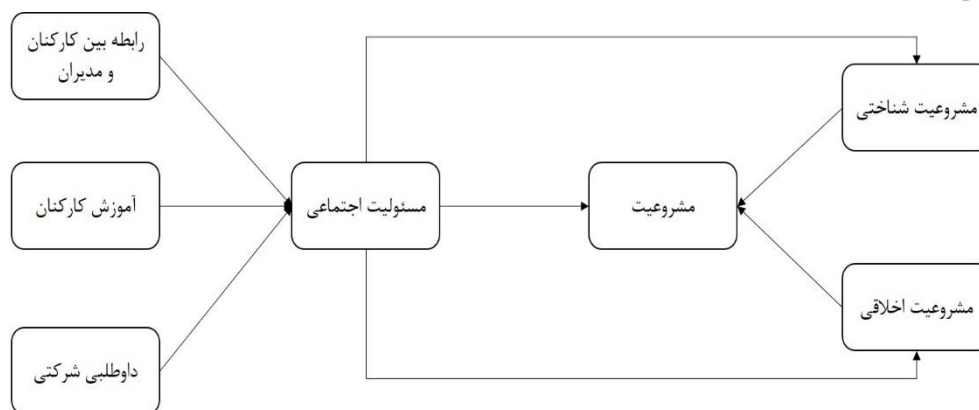
تبدیل شدن به یک مفهوم مهم کسب و کار است. در محیطی که به سرعت به سمت جهانی شدن پیش می رود، این مفهوم در اکثر کشورهای جهان به چشم می آید، استراتژی های مسئولیت اجتماعی فرصتی را برای سازمان ها ایجاد می نماید تا بتوانند با متمایز ساختن شیوه هایی را برای استراتژیک برندسازی سازمان در نظر گیرند (فاطمه و البانا، ۲۰۲۲: ۱) در گذشته تلاش های اندکی در حوزه های مسئولیت اجتماعی صورت گرفته است. اما امروزه سازمان ها علاوه بر فشارهای ملی، تحت فشارهای جهانی توسط بازارها و مؤسسات مختلف قرار دارند تا در این حوزه فعالیت نمایند. همراه با این فشارها و گسترش جهانی شدن، از مدیران در زمینه ها و بخش های مختلف خواسته شده است تا به سمت مسئولیت اجتماعی شرکت گام بردارند (علوی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲) مسئولیت اجتماعی شرکت ها به این منظور برنامه ریزی می شود که برای جامعه به طور کلی و برای سهامداران حامل ارزش های پایدار باشد. حوزه مربوط به روش یا رویه کسب و کار در برگیرنده یکی از پویاترین و چالش پذیرترین موضوع هایی است که امروز مدیران سازمان ها با آن روبه رو هستند، رابطه ای که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت ها می باشد نشان از تاثیر مثبتی مسئولیت اجتماعی است که معمولاً ظرفیت های بیشتری از جذب و حفظ کارکنان را می تواند در ایجاد فرصت های برای توسعه و رشد آینده ایجاد نماید در همین راستا سازمان هایی که در مسئولیت اجتماعی فعال می باشد می توانند پایداری فعالیت های خود را مشخص نمایند (گالایگو آلوارایز و پاچیتا و مارتینز، ۲۰۲۲: ۵۳۸)

با توجه به چالش هایی متفاوتی که امروزه در شرکت ها مواجه هستیم برای فائق آمدن بر این چالش ها نیازمند داشتن سیستم های مدیریت منابع انسانی توانمند می باشیم در واقع توانمند سازی جزء ضروریات اصلی در هر شرکتی محسوب می شود (کثیرلو و نعمی، ۱۳۹۹: ۴۲۵). از مهمترین چالش های مدیران حاضر در شرکت ها، عدم استفاده کافی از منابع فکری، توان ذهنی و ظرفیت های بالقوه مدیریت منابع انسانی موجود می باشد، که در اغلب شرکت ها از توانایی های کارکنان استفاده بهینه نمی شود و مدیران قادر نیستند ظرفیت بالقوه آنان را به کار گیرند به عبارتی دیگر افراد، توان بروز خلاقیت، و ابتکار بیشتری در محیط شرکتی دارند، اما به دلایلی از این قابلیت ها بهره برداری نمی شود (فارمیر و میلو، ۲۰۲۰: ۱۰۴). در گذشته، مدیریت منابع انسانی نقش مؤثری در موفقیت شرکت نداشته است، اما از دهه پیش بخش جدایی ناپذیری از قلمرو پیشرفت شرکت ها شناخته شده است درجایی که برنامه ریزی منابع انسانی بر شرایط و ضوابط کار، ارائه خدمات منابع انسانی و کار بر روی تنظیم مقررات و پیروی از آن تمرکز دارند، طراحی شیوه های نوآورانه منابع انسانی در منابع یابی، جبران خدمات یا پاداش، یادگیری، ارتباطات و موارد دیگر نیز می تواند اثر گذار باشد و ارتباط این شیوه ها با موفقیت در کسب و کار از طریق منابع انسانی می باشد (شیبانی فر و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۵۷). که می تواند ارتباطی را که بین سیستم های مدیریت انسانی با نگرش کارکنان و عملکرد فردی آنان بستگی دارد را در میزان نوآوری به وجود آماده در سیستم ها و میزان توانمندی در فرآیندها، آموزش و توسعه ارزیابی عملکرد در نظر گرفت که توانمندسازی می تواند میزان مسئولیت را کارکنان تغییر دهد و این عامل ها می تواند در میزان نوآوری و مشارکت در افراد در نظر گرفته شود (سچنلا براچیر و همکاران، ۲۰۱۹: ۴۴۶).

با توجه به مطالب مطرح شده تاکنون مطالعات کمی در حوزه بررسی تاثیر شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر عوامل مشروعیت سازمانی (مورد مطالعه: بانک های ملی شهر یاسوج) انجام شده است، از طرفی شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی می تواند میزان مشروعیت سازمانی را افزایش دهد، عدم دسترسی شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی می تواند مشروعیت سازمانی را با چالش هایی مواجه نماید، سوال تحقیق این

است که آیا شاخص های مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر عوامل مشروعیت سازمانی بانک های ملی شهر یاسوج تاثیر گذار می باشد؟

مدل مفهومی



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (زیا و همکاران، ۲۰۲۲)

ضرورت اهمیت تحقیق

تحولات مدیریتی اخیر و ظهور شیوه های جدید مناسب حضور در مدیریت در قرن بیست و یکم همانند حرفه پزشکی کاری تخصصی و فوق تخصصی است و پیام آور این موضوع مهم است که مدیران نه تنها باید با محیط کار خود آشنا باشند و پیچیدگی ها و ظرافت های آن را بشناسند بلکه باید با اشراف به اصول مدیریت و قابلیت کامل در استفاده از ابزارها و فنون مدیریتی مورد نیاز سازمان خود را ارائه نمایند، مفاهیم جدید مدیریتی که امروزه در بسیاری از کشورهای جهان جایگاه قابل توجهی پیدا کرده است، سازماندهی مدل مسئولیت اجتماعی شرکت است که بر اساس آن سازمان ها و بنگاه های مختلف مورد ارزیابی و مقایسه قرار گرفته و با ایجاد فضای رقابتی حرکت به سمت بهبود و ارتقاء آن را تقویت نماید (کواتینگ و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۳۱۲). مشروعیت سازمانی حدی از فعالیت های یک سازمان که موافق با ارزش های مسئولیت های اجتماعی شرکت می باشد و می تواند به عنوان یک طرح شناختی قدرتمند هویت سازمانی می تواند تاثیر قابل توجهی بر تفسیر و اقدامات سازمان داشته باشد، هنگامی که مسائل مشروعیت سازمانی بخش مهمی از هویت سازمان می شود مشکل که مسئولیت اجتماعی نادیده گرفته شود، مسئولیت اجتماعی می تواند از طریق همانندی هویت مشروعیت سازمانی را تولید کند، سازمان و شرکت هایی که صنایع حساس نسبت به مشروعیت سازمانی دارند با ارائه گزارش فعالیت ها و عملکرد های مسئولیت اجتماعی توانند مشروعیت خود را افزایش دهند، بدین ترتیب سازمان می توانند عملکردشان را از طریق اشاعه مسئولیت اجتماعی مشروعیت بخشند و باعث بهبود مشروعیت سازمانی شوند (لین و همکاران، ۲۰۲۱: ۶۴۳). در سازمان ها و شرکت های ایران که تغییر و تحول مدیران با سرعت بیشتری نسبت به سایر کشورها اتفاق می افتد، نیازمندی به همراهی کارکنان با مدیر جدید و استراتژی هایی که وی با خود به سازمان می آورد، بیش از پیش احساس می گردد، الگوی خود ارزیابی و سنجش موجب حرکت و هدایت فعالیت های سازمان ها در جهت بهبود مستمر می گردد،

¹ Kwarteng et al.

این عامل به عنوان یکی از رویکردهای و ابزارهای مدیریتی، سازمان ها را ارزیابی کرده و با اندازه گیری عملکرد آنها و ارائه تصویر واقعی از فعالیت های سازمانی تفاوت های موجود را با وضعیت مطلوبی شناسایی نماید و باعث اقدام سازمان در جهت کاهش و از بین این تفاوت ها می شود، تا به سطوح عالی سازمانی دست یابد، ماموریت و شناسایی اهمیت ضرورت سرآمدی سازمانی در جهت حمایت از مدیران به عنوان عامل و محرک اصلی حرکت کیفیت و همچنین یاری رساندن به همه شرکت ها جهت قرار گرفتن در مسیر توسعه مسئولیت اجتماعی است، با بکارگیری این مدل ها سازمان ها می تواند از یک سو میزان موفقیت خود را در اجرای برنامه های بهبود در مقاطع مختلف زمانی ارزیابی قرار دهند و از سوی دیگر عملکرد خود را با سایر سازمانها به ویژه بهترین آنها مقایسه کنند

فرضیه های تحقیق

مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.

مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت شناختی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.

مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت اخلاقی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.

پیشینه تحقیق

دل کاستیلو فایتو و همکاران^۲ (۲۰۲۲) پژوهشی را با عنوان تاثیر مدیریت منابع انسانی مسئولیت پذیری اجتماعی بر مشروعیت سازمانی انجام داده اند، تقاضای های اجتماعی برای مسئولیت اجتماعی شرکت ها در سال های اخیر افزایش یافته است، سازمان ها نیاز به پیروی از رفتار مسئولیت پذیر اجتماعی برای دریافت حمایت ذینفعان دارند، تحلیل رابطه بین اجرای مدیریت منابع انسانی با مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی که از طریق اجرای ماتریس اهمیت عملکرد تحلیل خواهد شد، برای این منظور ارزیابی انجام شده توسط ۱۵۷ کارشناس مسئولیت اجتماعی در حدود ۳۰ شرکت چند ملیتی در نظر گرفته شده است، نتایج بدست آمده نشان می دهد یک رابطه قوی و مثبت بین شیوه های مسئولیت اجتماعی بر کارمندان و مشروعیت سازمانی را نشان می دهد، که بهبود بهینه سازی منابع و مدیریت ذینفعان داخلی از طریق صحیح و کارآمد سیاست های مسئولیت اجتماعی را ارائه می دهد.

گالایگو آلواریز و پیوجاتا و مارتینز^۳ (۲۰۲۲) پژوهشی را با عنوان اثرات تعدیل کننده تضمین مسئولیت اجتماعی شرکت در رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت انجام داده اند، هدف از این تحقیق تحلیل تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت است به همین ترتیب تاثیر تعدیل کننده تضمین مسئولیت اجتماعی بر ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی و شرکت را نیز تحلیل می کند، نمونه مورد استفاده شامل ۹۸۶۱ مشاهدات سالانه شرکت بین المللی است که پایگاه داده تامسون رویترز بین سال های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ جمع آوری شده اند، یافته ها نشان می دهد که

^۲ Del-Castillo-Feito et al.

^۳ Gallego-Álvarez & Pucheta-Martínez

افشای مسئولیت اجتماعی به طور مثبت با عملکرد شرکت مرتبط است. همچنین نشان می دهد که تضمین مسئولیت اجتماعی نقش تعدیل کننده و مثبتی را بین افشای مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت ایفا می نماید.

آرمیو و همکاران^۴ (۲۰۲۰) پژوهشی را با عنوان تاثیرات اتخاذ سیستم برنامه ریزی منابع سازمانی بر عملکرد شرکت ها انجام داده اند، جامعه آماری پژوهش شرکت های متوسط در جنوب غرب نیجریه می باشد که از تعداد ۶۵۸ پرسشنامه توزیع شده، تعداد ۳۵۵ پرسشنامه معتبر و قابل سنجش جمع آوری شده است، نتایج بدست آمده نشان می دهد که تغییرات تکنولوژیکی، پیشتیبانی زیرساختهای فناوری، ساختار سازمانی، برنامه ریزی منابع انسانی بر عملکرد شرکت ها رابطه مستقیم و معناداری دارد. از این رو پذیرش سیستم برنامه ریزی منابع انسانی رابطه بین تغییرات تکنولوژیکی، ساختار سازمانی و پیشتیبانی زیر ساخت فناوری بر عملکرد شرکت متوسط می باشد.

کاظمی و حیدری (۱۴۰۰) پژوهشی را با عنوان رابطه بین رهبری اخلاقی، مشروعیت سازمانی، ریاکاری سازمانی و نتایج مربوط به کارمعلمان انجام داده اند، این مطالعه با هدف بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی، مشروعیت سازمانی، ریاکاری سازمانی و نتایج مربوط به کارمعلمان انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را معلمان مدارس شهر آباد تشکیل میدهند که تعداد آنها برابر با ۱۲۷۴ نفر می باشد. جهت انتخاب حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران نمونه ۲۹۵ نفری به شیوه تصادفی طبقه ای متناسب با حجم جامعه انتخاب گردید. جهت اندازه گیری ریاکاری سازمانی از کیلی چوقلو و کیلی چوقلو (۲۰۱۹) مشروعیت سازمانی از پرسشنامه فیدان و بالسی (۲۰۱۸)، رهبری اخلاقی از پرسشنامه ب راوون و همکاران (۲۰۰۵)، تعهد سازمانی از پرسشنامه آلن و مایر (۱۹۹۰)، انگیزه در کار از پرسشنامه (گانه و همکاران، ۲۰۱۰)، رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه اورگان و کانوسکی (۱۹۹۶) و رضایت شغلی از پرسشنامه نادانیل و همکاران (۲۰۱۶) استفاده گردید. پایایی پرسشنامه ها به وسیله ضریب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و روایی آن توسط روایی سازه و محتوایی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. با استفاده از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بین مشروعیت سازمانی و رهبری اخلاقی با ریاکاری سازمانی از نظر معلمان مدارس آباد رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ همچنین بین ریاکاری سازمانی با ابعاد نتایج مربوط به کار معلمان (رضایت شغلی؛ تعهدسازمانی؛ انگیزه در کار و رفتار شهروندی سازمانی) رابطه منفی و معناداری وجود دارد. بنابراین با توجه به نتایج می توان گفت وقتی ارزش های اخلاقی در مدرسه مورد توجه قرار گیرد و رفتارهای اخلاقی در کل فرهنگ مدرسه تشویق شود، نگرش معلمان نسبت به شغل بهبود یافته و انگیزه و تعهد آنها نسبت به کار و مدرسه بیشتر می گردد.

جلالی و ایمان (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان نقش مسئولیت اجتماعی و اخلاق در عملکرد کارکنان انجام داده اند، هدف از این تحقیق مطالعه ی نقش اخلاقیات و مسئولیت اجتماعی در عملکرد کارکنان می باشد، جامعه آماری این تحقیق کارکنان رسمی، پیمانی و قراردادی جهاد کشاورزی فارس تشکیل داده و برای گردآوری داده ها تعداد ۱۳۴ نفر از آنان به

⁴ Aremu et al.

عنوان نمونه به شیوه نمونه گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شده اند، یافته های پژوهش نشان دهنده یک ارتباط مثبت و معناداری بین مسئولیت اجتماعی و اخلاقیات و عملکرد کارکنان می باشد که براساس نتایج مدل رگرسیونی از میان متغیرها سه متغیر در معادله نهایی باقی مانده و تاثیر مستقل و معناداری بر متغیر وابسته داشته اند، این متغیرها شامل اخلاقیات، مسئولیت اجتماعی و تحصیلات می باشند در این میان بیشترین تاثیر گذاری بر نمره عملکرد شغلی کارکنان (متغیر وابسته) مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی ادراک شده است، در مدل تحلیل مسیر متغیر مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیم بر عملکرد شغلی دارد و دو متغیر دیگر علاوه بر تاثیر مستقیم به صورت غیر مستقیم هم بر متغیر وابسته تاثیر گذاشته اند.

روش پژوهش

از لحاظ هدف تحقیق، پژوهش حاضر کاربردی است و به لحاظ طبقه بندی بر مبنای روش، توصیفی-پیمایشی است. در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات در مورد ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه ای استفاده شده است که شامل بررسی پایان نامه ها و تحقیقات موجود و مرتبط با موضوع، مطالعه مقالات و کتب لاتین و فارسی مرتبط و همچنین استفاده از اینترنت می باشد. به منظور بررسی تجربی فرضیات پژوهش و آزمون آنها از روش میدانی استفاده گردید. از این رو پرسشنامه ای طراحی و برای گردآوری داده ها مورد استفاده قرار گرفت. در تحقیق حاضر جامعه آماری بانک های ملی شهر یاسوج می باشد که با توجه به محدود بودن جامعه ۲۵۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند، با توجه به تعداد ۴۵۰ از کارکنان تعداد نمونه مورد نظر ۲۰۷ نفر انتخاب شده اند.

$$n = \frac{450 (1.96)^2 \cdot (0/55)^2}{(0/05)^2 (499) + (1.96)^2 (0/55)^2} = 207$$

پایایی پرسشنامه

بدین منظور ابتدا یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش آزمون بین کارکنان بانک های ملی شهر یاسوج تهیه گردید و سپس با استفاده از داده های به دست آمده از این پرسشنامه ها به کمک نرم افزار SPSS26 میزان اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد که در ادامه اعتبار پرسشنامه با جدول مقادیر آلفای کرونباخ برای هر کدام از ابعاد ۳۰ پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS26 محاسبه گردید و مقدار آلفا برای تمامی سازه ها بالاتر از ۰/۷ برآورد شد که نشان دهنده اعتبار پرسشنامه و برداشت فکری مناسب و یکسان پاسخگویان از محتوای متغیرهای مربوط به هر سازه است. نتایج نشان داد که مقدار آلفا برای اندازه گیری سازه های مورد مطالعه از پایایی لازم برخوردار هستند.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ

ردیف	متغیر	سوالات	میزان آلفا
۱	مسئولیت اجتماعی	۹-۱	۰/۸۶۶
۲	مشروعیت شناختی	۱۵-۱۰	۰/۸۵۵
۳	مشروعیت اخلاقی	۱۹-۱۶	۰/۸۴۵

یافته های پژوهش

بنابراین در چارچوب این پژوهش، با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری برای هر یک از ابعاد مدل رابطه گویه ها متغیرهای پنهان با استفاده از تحلیل عاملی تایید در قالب مدل اندازه گیری بررسی می گردد، سپس روابط بین ابعاد مدل در قالب مدل ساختاری بررسی می شود، در این فرایند ابتدا به ارزیابی مدل های اندازه گیری در جدول ۲ پرداخته و سپس زمانیکه شواهد کافی مبنی بر روایی و پایایی مدل های اندازه گیری به دست آمد، می توان به ارزیابی مدل ساختاری پرداخت پس از برازش مدل های اندازه گیری و مدل ساختاری باید بررسی برازش مدل کلی (مدل های اندازه گیری و ساختاری در کنار هم) و با تایید برازش این بخش بررسی برازش در مدل کامل می شود.

جدول ۲. نتایج آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا، منبع (یافته های تحقیق)

متغیر	آلفای کرونباخ $\alpha > 0.7$	پایایی ترکیبی $CR > 0.7$	پایایی اشتراکی $COMMUNALITY > 0.5$
آموزش کارکنان	۰/۷۹۲	۰/۸۷۸	۰/۷۰۶
داوطلبی شرکتی	۰/۸۰۴	۰/۸۸۳	۰/۷۱۶
رابطه بین مدیر و کارکنان	۰/۸۹۱	۰/۹۳۳	۰/۸۲۲
مسئولیت اجتماعی	۰/۸۸۷	۰/۹۰۹	۰/۵۳۰
مشروعیت	۰/۸۶۲	۰/۸۹۸	۰/۵۹۵
مشروعیت شناختی	۰/۸۱۶	۰/۸۷۰	۰/۵۷۲
مشروعیت اخلاقی	۰/۸۴۸	۰/۸۸۹	۰/۵۷۳

با توجه به نتایج بدست آمده میزان پایایی شاخص یا همان پایایی مدل اندازه گیری ترکیبی و آلفای کرونباخ و بارهای استفاده شده در حد مناسب می باشد، همگی بالا ۰/۷ و لذا میزان همبستگی لازم بین سازه های مدل و شاخص های مربوط به آن بالا است، لذا پایایی درونی مدل مناسب است. معیار دیگر برای بررسی پایایی مدل اندازه گیری بارهای عاملی می باشد، بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص های یک مولفه با آن مولفه محاسبه می شوند که باید این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۴ شود، با توجه به نتایج بدست آمده از جدول ۳ تمامی ضرایب بارهای عاملی شاخص های مربوط از میزان لازم و مناسبی برخوردار می باشند، لذا شاخص های مربوط به ۶ سازه مدل مناسب می باشند و پایایی هر ۶ مدل اندازه گیری شده قابل قبول است.

جدول ۳- ضرایب بارهای عاملی

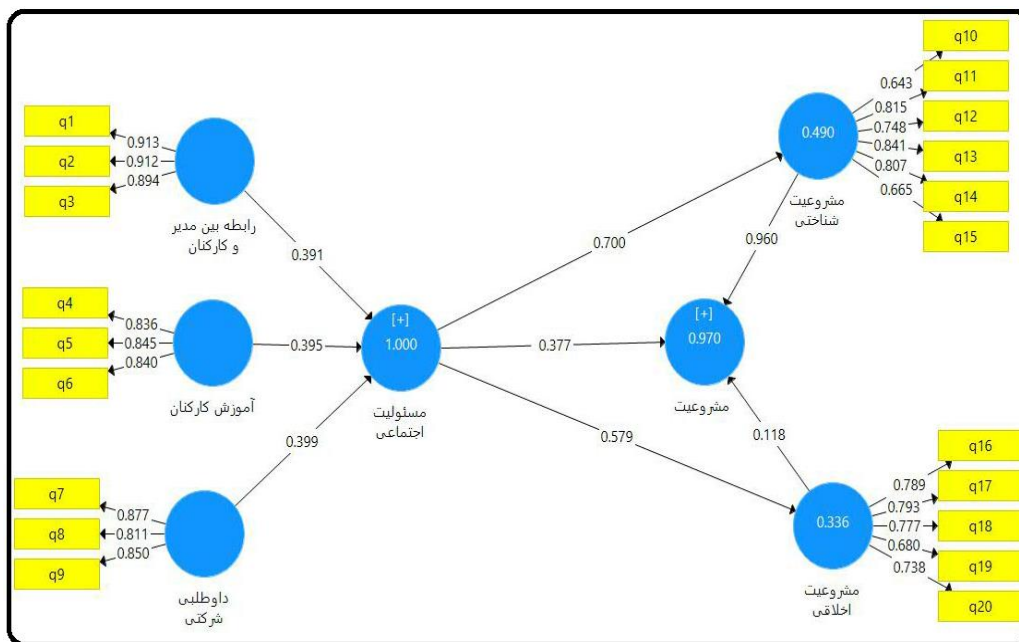
سوالات	ضرایب بار عاملی استاندارد	ضرایب بار عاملی معناداری
Q1	۰/۹۱۳	۲۲/۳۴۲
Q2	۰/۹۱۲	۲۷/۷۸۶
Q3	۰/۸۹۴	۲۰/۳۲۲
Q4	۰/۸۳۶	۱۳/۱۵۱
Q5	۰/۸۴۵	۲۷/۸۸۹
Q6	۰/۸۴۰	۲۰/۴۴۷
Q7	۰/۸۷۷	۲۸/۸۴۱
Q8	۰/۸۱۱	۱۱/۶۱۶
Q9	۰/۸۵۰	۱۸/۹۶۶
Q10	۰/۶۴۳	۱۱/۱۲۳
Q11	۰/۸۱۵	۱۹/۳۹۰
Q12	۰/۷۴۸	۱۱/۶۴۴
Q13	۰/۸۴۱	۱۹/۱۸۱
Q14	۰/۸۰۷	۱۳/۵۳۱
Q15	۰/۶۶۵	۵/۶۳۲
Q16	۰/۷۸۹	۱۸/۹۵۶
Q17	۰/۷۹۳	۱۱/۹۸۴
Q18	۰/۷۷۷	۱۴/۵۳۱
Q19	۰/۶۸۰	۸/۹۹۲
Q20	۰/۷۳۸	۱۳/۱۶۵

برازش مدل

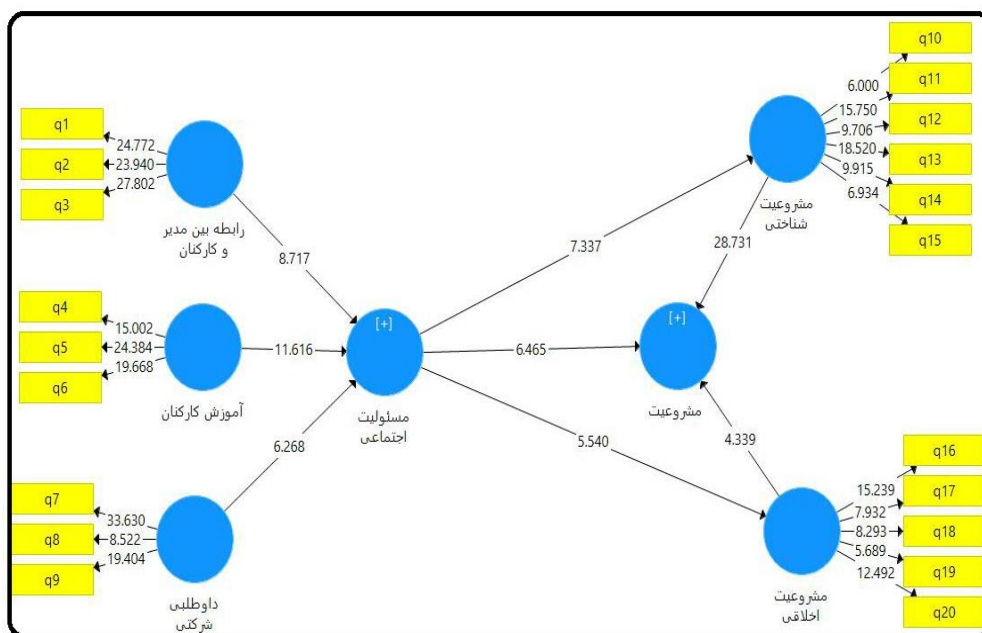
ساختاری: برای بررسی برازش مدل ساختاری با روش PLS در این مطالعه از ضرایب R2 و معیار Q2 استفاده شده است، R2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل سازی معادلات ساختاری به کار می رود و نشان از تاثیری دارد، که یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا می گذارد، Q2 معیاری است که توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد و قدرت پیش بینی مدل را مشخص میسازد مقادیر R2 و Q2 در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. مقادیر R2 و Q، منبع (یافته های تحقیق)

متغیر	ضریب تعیین	اشتراک
مسئولیت اجتماعی	۱/۰۰۰	۰/۵۱۰
مشروعیت	۰/۹۷۰	۰/۵۵۳
مشروعیت شناختی	۰/۳۳۶	۰/۳۷۰
مشروعیت اخلاقی	۰/۴۹۰	۰/۲۶۲



نمودار ۲- مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر



نمودار ۳- مدل ساختاری در حالت معناداری ضرایب

برازش کلی مدل: شاخص GOF در مدل PLS راه حلی برای بررسی کلی مدل بوده بین صفر تا یک قرار دارد، و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند، این شاخص توانایی پیش بینی کلی مدل را بررسی می کند و اینکه آیا مدل آزمایش شده در پیش بینی متغیرهای پنهان درون زا موفق بوده است یا خیر، برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می شود $GOF=0.1$ میزان کم، $GOF=0.25$ مقدار متوسط و مقدار بزرگ $GOF=0.36$ برای سنجش اعتبار مدل های PLS به کار می رود.

$$GOF = \sqrt{\text{Avg (Gommunalities)} \times \text{Avg (R}^2\text{)}}$$

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان $0/6709$ با برازش مناسبی مدل کلی تایید می شود. با توجه به تحلیل اطلاعات نتایج فرضیات به صورت جدول زیر است.

جدول ۵. خروجی های ضریب مسیر و معناداری برای متغیرها نهایی

ردیف	فرضیات	ضریب مسیر	ضریب معناداری	نتایج
۱	مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.	۰/۳۷۷	۶/۴۶۵	تایید فرضیه
۲	مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت شناختی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.	۰/۷۰۰	۷/۳۳۷	تایید فرضیه
۳	مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت اخلاقی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.	۰/۵۷۹	۵/۵۴۰	تایید فرضیه

نتیجه گیری

فرضیه اول: مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است. با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می شود که سطح معنی داری بین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد، کمتر از یک صدم بوده و معنی دار است و ضریب استاندارد نیز برابر $0/377$ می باشد بنابراین می توان گفت در ازای افزایش یک واحد مسئولیت اجتماعی، $0/201$ مشروعیت بانک های ملی شهر یاسوج نیز افزایش مثبت و معناداری را می یابد، و میزان ضرایب معناداری تحقیق نیز خارج از بازه $(0/96, 1/96)$ می باشد نشان می دهد که میزان سطح اطمینان در متغیرهای تحقیق 99% درصد می باشد. نتایج بدست آمده با یافته دل کاستیلو فایتو و همکاران (۲۰۲۲) از تاثیرات مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد که از همراستایی لازم برخوردار می باشد.

فرضیه دوم: مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت شناختی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است. با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می شود که سطح معنی داری بین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت شناختی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد، کمتر از یک صدم بوده و معنی دار است و ضریب استاندارد نیز برابر $0/700$ می باشد بنابراین می توان گفت در ازای افزایش یک واحد مسئولیت اجتماعی $0/700$ مشروعیت شناختی بانک های ملی

استان کهگیلویه و بویراحمد نیز افزایش مثبت و معناداری را می یابند، و میزان ضرایب معناداری تحقیق نیز خارج از بازه (۱/۹۶، ۱/۹۶-) می باشد نشان می دهد که میزان سطح اطمینان در متغیرهای تحقیق ۹۹ درصد می باشد. نتایج بدست آمده با یافته دل کاستیلو فایتو و همکاران (۲۰۲۲) از تاثیرات مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت شناختی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد که از همراستایی لازم برخوردار می باشد.

فرضیه سوم: مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت اخلاقی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر گذار است.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می شود که سطح معنی داری بین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت اخلاقی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد، کمتر از یک صدم بوده و معنی دار است و ضریب استاندارد نیز برابر ۰/۵۷۹ می باشد بنابراین می توان گفت در ازای افزایش یک واحد مسئولیت اجتماعی ۰/۵۷۹ مشروعیت اخلاقی بانک های ملی شهر یاسوج نیز افزایش مثبت و معناداری را می یابند، و میزان ضرایب معناداری تحقیق نیز خارج از بازه (۱/۹۶، ۱/۹۶-) می باشد نشان می دهد که میزان سطح اطمینان در متغیرهای تحقیق ۹۹ درصد می باشد. نتایج بدست آمده با یافته دل کاستیلو فایتو و همکاران (۲۰۲۲) از تاثیرات مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت اخلاقی بانک های ملی استان کهگیلویه و بویراحمد که از همراستایی لازم برخوردار می باشد

پیشنهادات تحقیق

۱. بانک ها می توانند با انجام سرمایه گذاری های پایدار و حمایت از پروژه های محیط زیستی و اجتماعی، به توسعه پایدار کمک کنند.

۲. بانک ها باید محصولات و خدمات مالی را به صورت عادلانه و برابر برای همه ارائه دهند. آنها می توانند برنامه های وام دهی و پشتیبانی مالی را برای جوانان، زنان و طبقات ضعیف توسعه دهند و به این طریق مساعدت به کسانی که به اعتبار مالی نیاز دارند، کمک کنند.

۳. بانک ها باید برنامه های آموزشی متنوعی برای بهبود آگاهی مالی جامعه ارائه دهند. این آموزش ها می توانند شامل مهارت های مالی پایه، مدیریت بودجه خانوار، سرمایه گذاری و برنامه ریزی مالی باشند.

۴. بانک ها باید اطلاعات مربوط به سیاست های مسئولیت اجتماعی خود را به صورت شفاف و قابل دسترس به مشتریان و جامعه ارائه دهند. این اطلاعات می تواند شامل گزارش های سالیانه مسئولیت اجتماعی، سیاست های محیط زیستی و اجتماعی، و تأثیرات مالی و غیرمالی بانک باشد.

۵. بانک ها باید با ذینفعان خود، از جمله مشتریان، کارمندان، سهامداران و جامعه محلی در تعیین سیاست ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی خود همکاری کنند. این تعامل می تواند به نظرات و نیازهای ذینفعان پاسخ دهد و اعتماد عمومی را تقویت کند.

۶. بانک ها باید در تمام فعالیت های خود از جمله گردش مالی، قراردادهای و روابط کاری، استانداردهای اخلاقی را رعایت و همچنین، باید قوانین و مقررات مالی و اجتماعی مربوطه را در صورت نقض، اقدامات تصحیحی انجام دهند.

۷. بانک ها باید حریم خصوصی مشتریان را حفظ کنند و از اطلاعات شخصی آنها به طور مطلوب استفاده نمایند، این شامل استفاده از اطلاعات مشتریان فقط برای اهداف معتبر مانند ارائه خدمات مالی و پشتیبانی به مشتریان است.

منابع

جلالی، مریم؛ ایمان، محمدتقی (۱۳۹۹) نقش مسئولیت اجتماعی و اخلاق در عملکرد کارکنان، فصلنامه تخصصی پژوهش های پیشرفت و تعالی، ۳(۱)، ۱-۱۹.

دارابی، سمیرا؛ زردشتیان، شیرین (۱۳۹۷) تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش استراتژیک خوشنامی بر کارکنان ادارات ورزش و جوانان غرب ایران، مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۵(۴)، ۱۰۹-۱۲۳.

شیبانی فر، محمدشهاب؛ رستگار، عباسعلی؛ الوانی، سید مهدی (۱۳۹۹) سیر تطور دانش مدیریت منابع انسانی در ایران، پژوهش های مدیریت در ایران، ۴، ۱۵۶-۱۷۵.

علوی، سیدصادق؛ زینلی، سینا؛ ایرانی کرمانی، فاطمه؛ خالقی زاده، فیروزه (۱۳۹۲) بررسی مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت ها (CSR)، اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری).

قربان نژاد ملکی، سعید؛ بیگ زاده، جعفر؛ بیگ زاده، یوسف (۱۳۹۰) طراحی الگوی مشروعیت سازمانی در جهت ایجاد تصویر ذهنی مطلوب برای اجرای موفق استراتژی های سازمانی، فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، ۲(۴)، ۵۴-۷۱.

کاظمی، نرگس؛ حیدری، مرضیه (۱۴۰۰) رابطه بین رهبری اخلاقی، مشروعیت سازمانی، ریاکاری سازمانی و نتایج مربوط به کار معلمان، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۴(۲)، ۹۷-۱۱۹.

کثیرلو، مجید؛ نعیمی، عبدالله (۱۳۹۹) تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: بانک ملت شهر تهران)، فصلنامه مدیریت کسب و کار، ۴۸، ۴۰۹-۴۲۷.

Al-Shammari, M. A., Banerjee, S. N., & Rasheed, A. A. (2021). Corporate social responsibility and firm performance: A theory of dual responsibility. *Management Decision*.

Aremu, A. Y., Shahzad, A., & Hassan, S. (2020). The impacts of enterprise resource planning system adoption on firm's performance among medium size enterprises. *International Journal of Information Systems and Social Change (IJISSC)*, 11(1), 24-42.

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.

Farmer A. Mello (2020) Strategic human resource management South western, Thomson learning, pp. 102- 107.

Fatima, T., & Elbanna, S. (2022). Corporate social responsibility (CSR) implementation: a review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 1-17.

Gallego-Álvarez, I., & Pucheta-Martínez, M. C. (2022). The moderating effects of corporate social responsibility assurance in the relationship between corporate social responsibility

disclosure and corporate performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(3), 535-548.

Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135.

Kwarteng, A., Simpson, S. N. Y., & Agyenim-Boateng, C. (2022). The effects of circular economy initiative implementation on business performance: the moderating role of organizational culture. *Social Responsibility Journal*, 18(7), 1311-1341.

Lin, K., Peng, M. Y. P., Anser, M. K., Yousaf, Z., & Sharif, A. (2021). Bright harmony of environmental management initiatives for achieving corporate social responsibility authenticity and legitimacy: Glimpse of hotel and tourism industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 640-647.

Schnellbacher, B., Heidenreich, S., Wald, A. (2019) Antecedents and effects of individual ambidexterity – A cross-level investigation of exploration and exploitation activities at the employee level, *European Management Journal*, Vol:37, PP:442-454

Schoon, E. W. (2022). Operationalizing legitimacy. *American Sociological Review*, 87(3), 478-503.

Investigating the indicators of human resource management and social responsibility on the factors of organizational legitimacy (Study case: branches of National Banks of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces)

Yaser Razmkhah^{* 1}
Gholam Sajjadikhah²

Abstract

The purpose of this research is to investigate the indicators of human resource management and social responsibility on the factors of organizational legitimacy (case study: National Banks of Yasouj), which in terms of methodology, the current research is descriptive and correlational, and the method of collecting field information and the tool of collecting information is a questionnaire. The validity of the research questionnaire has been confirmed through content validity and professors' evaluation, and the reliability of the questionnaire has been obtained by Cronbach's alpha and with the pre-test of 30 questionnaires of all research variables above 0.7. The statistical population of the research consists of 450 employees of the national banks of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces, and 207 people were selected as a sample through available sampling according to Cochran's formula in order to analyze the data and test the hypotheses. Structural equation model and Smart Pls and Spss software were used to perform these analyses, the validity of the questionnaire was measured through content validity and construct validity using SmartPls software, the obtained results indicate the significant effect of the index. human resources management and social responsibility on the factors of organizational legitimacy of the national banks of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces

Keywords

Human resource management, social responsibility, organizational legitimacy, National Bank

1. PhD student in public administration, Islamic Azad University, Yasouj branch, Iran (corresponding author yas1370222@gmail.com)
2. Associate Professor, Department of Management, Islamic Azad University, Yasouj Branch, Iran (gholam.sajadikh@yahoo.com)