



The Impact of Human Resource Management and Social Responsibility on Organizational Legitimacy

Javad Rahdarpour ¹, Mohammad Reza Keykhayi ^{2*}, Ali Siasar ³, Mojtaba Atashfaraz ³, Najmeh Esmaili ³, Soltanali Vadei ³, Omid Keykha ³

1. Assistant Professor, Department of Management, Islamic Azad University, Zabol branch, Zabol, Iran.
2. BA, Department of Public Administration, Zabul Branch, Islamic Azad University, Zabul, Iran (Corresponding Author).
3. BA, Department of Public Administration, Zabul Branch, Islamic Azad University, Zabul, Iran.

❖ Corresponding Author Email: keykhayi@mailsa.com

Journal Info:

Volume 2, Issue 3 Autumn 2023
Pages: 13-26

Article Dates:

Receive: 2023/09/11
Accept: 2023/11/16
Published: 2023/12/21

Keywords:

Human Resource Management,
Social Responsibility,
Organizational Legitimacy

Nowadays, one of the important issues in Iran's government organizations is gaining and maintaining legitimacy. Existence of legitimacy is very vital for all organizational systems that are derived from the democratic system and whose main audience is the general public. The main purpose of this research was to investigate the impact of human resource management and social responsibility on organizational legitimacy. This research is descriptive-correlational in nature and practical in purpose. The statistical research population of government organizations in Tehran (251 organizations) which according to Cohen's table, 70 organizations were selected as the research sample by systematic random sampling method. It is necessary to mention that three questionnaires were distributed in each organization, and during the analysis, the average opinions were taken into account. Also, in order to collect information, the questionnaires of human resource management and Wein (2010), social responsibility of Carroll organization (1991) and organizational legitimacy of Sachman (1995) were used. Also, LISREL 8.8 software was used to analyze the data. The results of the path coefficients showed that there is a positive and significant relationship between human resource management and organizational legitimacy. Also, the results showed that there is a positive and significant relationship between social responsibility and organizational legitimacy. The results showed that social responsibility has a moderating role in the relationship between human resource management and organizational legitimacy. Because the value of t statistic (3.08) was higher than the standard value of 1.96. In general, in this research, a practical and native model was presented in the field of promoting organizational legitimacy through organizational human resource management and social responsibility measures, which, while filling the research gap and increasing knowledge in this field, can pave the way for future researches. smooth out

Article Cite:

Rahdarpour J, Keykhayi MR, Siasar A & et al. (2023). The Impact of Human Resource Management and Social Responsibility on Organizational Legitimacy, *Dynamic Management and Business Analysis*. 2(3): 13-26



[10.22034/pmba.2024.2021753.1004](https://doi.org/10.22034/pmba.2024.2021753.1004)



Creative Commons: CC BY 4.0



تأثیر مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی

جواد راهدارپور^۱، محمدرضا کیخایی^{۲*}، علی سیاسر^۳، مجتبی آتش فراز^۴، نجمه اسماعیلی^۵، سلطانعلی واعدی^۶، امید کیخا^۷

۱. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زابل، زابل، ایران.

۲. کارشناسی، گروه مدیریت دولتی، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران (نویسنده مسئول).

۳. کارشناسی، گروه مدیریت دولتی، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران.

✦ ایمیل نویسنده مسئول: keykhayi@mail.sac.com

اطلاعات نشریه:

دوره ۲، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۲

صفحات: ۱۳-۲۶

تاریخ های مقاله:

دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۵

انتشار: ۱۴۰۲/۰۹/۳۰

واژگان کلیدی:

مدیریت منابع انسانی، مسئولیت اجتماعی،

مشروعیت سازمانی

امروزه، یکی از مباحث مهم در سازمانهای دولتی ایران، کسب و حفظ مشروعیت است. وجود مشروعیت برای تمامی سیستم های سازمانی که برگرفته از نظام مردم سالاری است و مخاطب اصلی آنها عامه مردم هستند، بسیار حیاتی است. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی بود. این پژوهش از نظر ماهیت توصیفی - همبستگی، از نظر هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش سازمان های دولتی شهر تهران (به تعداد ۲۵۱ سازمان) که با توجه به جدول کوهن ۷۰ سازمان با روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. لازم است اشاره شود که در هر سازمان سه پرسشنامه توزیع گردید، و در هنگام تجزیه و تحلیل، میانگین نظرات لحاظ گردیده است. همچنین جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه های مدیریت منابع انسانی و این (۲۰۱۰)، مسئولیت اجتماعی سازمان کارول (۱۹۹۱) و مشروعیت سازمانی ساچمن (۱۹۹۵) استفاده شد. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار LISREL 8.8 استفاده شد. نتایج ضرایب مسیر نشان داد بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین نتایج گویای آن بود که بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج نشان داد مسئولیت اجتماعی نقش تعدیلگری در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی دارد. زیرا مقدار آماره $t(۰.۸/۳)$ ، بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹۶ بود. در مجموع، در این پژوهش الگویی کاربردی و بومی در زمینه ارتقای مشروعیت سازمانی از طریق اقدامات مدیریت منابع انسانی سازمانی و مسئولیت اجتماعی ارائه شد که ضمن پر کردن خلا تحقیقاتی و دانش افزایی در این زمینه، می تواند مسیر پژوهش های آینده را هموار کند.

استناد به مقاله:

راهدارپور ج، کیخایی م، سیاسر ع و همکاران. (۱۴۰۲). تأثیر مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی، مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار. ۲(۳):

۱۳-۲۶.



مقدمه

امروزه مشروعیت سازمانی عنصر مهمی برای بقا و موفقیت سازمانهای می‌باشد (آن و وون، ۲۰۲۰). سازمانهای دارای مشروعیت می‌توانند فعالیتهای خود را بدون تردید دنبال کنند و از ایجاد چالشها توسط جامعه جلوگیری نمایند. سازمان‌هایی که به عنوان مشروع تلقی می‌شوند، از موفقیت رقابتی بالاتری برای کسب منابع برخوردار هستند (دل-کاستیلو-فیتو و همکاران، ۲۰۲۲). بیشتر پژوهشگران مشروعیت را به عنوان دارایی نامشهود ارزشمند برای سازمان در نظر می‌گیرند (اکبری و همکاران، ۲۰۲۱). مشروعیت به دلیل امکان بهبود روابط با ذینفعان، به عنوان منبع کلیدی و پایدار برای بقا و موفقیت سازمان تلقی می‌شود. عمدتاً گروه‌های ذینفع مایل به تعامل با سازمان‌های دارای مشروعیت هستند و با سازمانهایی که مشروعیت آنها مورد تردید است، ارتباط برقرار نمی‌کنند (میناتو و همکاران، ۲۰۲۰). برای جلب حمایت از ذینفعان، سازمانها باید قابل اعتماد و از مشروعیت بالایی برخوردار باشند (آناستاسیادو^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین، با افزایش سطح مشروعیت خود در میان ذینفعان، هر سازمانی قادر به جذب مشتریان جدید، بهبود روابط با تامین‌کنندگان یا قرار گرفتن در موقعیت بهتری برای جذب هر نوع منبع حیاتی خواهد بود. علاوه بر آن، یکی از مهمترین مزیت‌های سازمانهای دارای مشروعیت، برخورداری از وفاداری و تعهد همه‌جانبه ذینفعان است (باکی‌اوغلو^۵ و همکاران، ۲۰۲۰).

در سالیان اخیر، سازمانهای دولتی ایران با انتقادهای متعددی روبه‌رو بودند و برخی ناکارآمدی‌ها و ضعف‌های موجود (مانند، ضعف در دستگاه‌های نظارخواهی، شکایات و پیشنهادهای، کمبود امکانات و فناوری‌های لازم در جهت ارائه خدمات بهتر به ذینفعان، نارسایی در الگوی اطلاع‌رسانی و ضعف پایگاه‌های اطلاع‌رسانی...) باعث شده که مشروعیت آنها با مشکلات فراوانی مواجه شود. سازمانهای دولتی برای رسیدن به مشروعیت پایدار، باید قابلیت‌ها و ظرفیت‌هایی را در درون خود ایجاد کنند و راهبردهایی را پایه‌گذاری نمایند تا بتوانند بقای خود را تضمین کنند. سازمانها برای پوشش دادن شکاف مشروعیت‌شان، باید قابلیت‌هایی را به سازمانهایشان بیفزایند که باعث بالا بردن و افزایش مشروعیت در سازمانها گردد (رهنورد و همکاران، ۱۴۰۲).

در بازارهای امروزی، سازمان‌ها باید روابط خود را با ذینفعان برای ایجاد ارزش و منافع متقابل مدیریت کنند (هوریش و همکاران، ۲۰۱۴)؛ فرودنریش و همکاران، ۲۰۲۰). فریمین^۶ (۱۹۸۴) مفهوم تئوری ذینفعان را که منافع سازمانی متنوعی را شناسایی می‌کند، معرفی کرد. این تئوری نه تنها اهمیت سودآور بودن بلکه درک و اهمیت دادن به تأثیر فعالیتهای شرکتی بر مخاطبان مختلف را نشان می‌دهد. گروه‌های ذینفع تحت تأثیر رفتار و اقدامات سازمان قرار می‌گیرند. با این حال، درک این نکته که این اقدامات بر ثبات شرکت‌ها نیز تأثیر می‌گذارد، مهم است (سیلوا و همکاران، ۲۰۱۹). در واقع، دوام سازمانی به شدت به توانایی برآوردن نیازهای ذینفعان و درک ادراکات آنها بستگی دارد (اولمر و سلنو، ۲۰۰۰). بنابراین، اگر شرکت‌ها می‌خواهند در میان مدت و بلندمدت موفق باشند، باید طیف کاملی از این نیازها را شناسایی کنند و بتوانند روابط پایداری با ذینفعان خود ایجاد کنند (دمیترو و همکاران، ۲۰۲۱).

در حال حاضر الزامات ذینفعان در رابطه با تأثیر اجتماعی سازمان‌هایی که با آنها در ارتباط هستند تقویت شده است. این گروه‌ها از شرکت‌ها انتظار دارند که به نیازهای اجتماعی که فراتر از ملاحظات اقتصادی است پاسخ دهند و از تعامل با مؤسساتی که قادر به برآوردن انتظارات رفتار اجتماعی آنها نیستند اجتناب کنند (فاتما و رحمان، ۲۰۱۳) و فاتما و همکاران، ۲۰۱۹). سازمان‌ها برای بقا و موفقیت در بازار به حمایت سهامداران نیاز دارند. بنابراین، معرفی سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکت به عنصری حیاتی در پاسخگویی به خواسته‌های اجتماعی تبدیل شده است. اکثر تحقیقات موجود در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دنبال تجزیه و تحلیل چگونگی تأثیر این سیاست‌ها بر ادراکات ذینفعان خارجی مانند مشتریان، دولت‌ها، بازارها است (دل-کاستیلو-فیتو و همکاران، ۲۰۲۱)؛ توسن و همکاران، ۲۰۲۱). با این حال، مدیریت داخلی و تأثیر این اقدامات بر ادراکات ذینفعان نسبتاً ناشناخته باقی مانده است (بلانکو-گونزالس و همکاران، ۲۰۲۰).

سازمان‌ها می‌توانند ابتکارات مسئولیت اجتماعی متنوعی را اعمال کنند و با توجه به نقش حیاتی کارکنان در عملکرد و موفقیت سازمانی، رویه‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی را در مدیریت خود معرفی کنند که دانش و فرهنگ سازمانی را افزایش می‌دهد (بارنا-مارتینز، ۲۰۱۹)؛ پدیرینی و فری، ۲۰۱۱). بکارگیری ابتکارات

¹ J. Ahn, J. Kwon,

² Del-Castillo-Feito et al

³ Miotto et al

⁴ Anastasiadou

⁵ Bakioglu

⁶ Horisch et al

⁷ Freudenreich et al

⁸ Freeman

⁹ Silva et al

¹ Ulmer and Sellnow

0

¹ Dmytriyev et al

1

¹ Fatma and Rahman

2

¹ Fatma et al

3

¹ Del-Castillo-Feito et al

4

¹ Toussaint et al

5

¹ Blanco-Gonzalez et al

6

¹ Barrena-Martinez

7

¹ Pedrini and Ferri

8

مسئولیت اجتماعی، مانند تشویق روابط بین کارکنان و مدیران یا در نظر گرفتن منافع کارکنان، باعث ایجاد اعتماد در شرکت می شود (بلانکو-گونزالس و همکاران، ۲۰۲۰؛ اسپیرر و همکاران، ۲۰۱۳). اجرای معیارهای مسئولیت اجتماعی به طرق مختلف به شرکت‌ها سود می‌رساند، اما این تأثیر شاید در نتایج مالی آن‌ها قابل توجه باشد (وانگ و همکاران، ۲۰۱۶). محققان رابطه بین شیوه های مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بهتر را ثابت کرده اند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸)، زیرا رابطه با ذینفعان داخلی در پاسخ به شیوه های مدیریت اخلاقی جدید اتخاذ شده، تقویت خواهد شد (فیرل و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر این، اگر اقداماتی که این سازمان‌ها انجام می‌دهند به‌عنوان مسئولیت‌پذیر اجتماعی تلقی شود، کارکنان احساس مشارکت و تعهد بیشتری نسبت به سازمانی خواهند داشت (بارنا-مارتینز و همکاران، ۲۰۱۹).

مدیریت منابع انسانی یکی از ابزارهای راهبردی سازمان است که می‌تواند باعث ایجاد، حفظ و افزایش مشروعیت سازمانی گردد (باتویی و همکاران، ۲۰۲۰). شکی نیست که ارتباط با ذینفعان می‌تواند منافع ملموسی را برای سازمان به همراه داشته باشد، زیرا باعث ایجاد رابطه مثبت‌تری بین ذینفعان و سازمان می‌گردد. از آنجا که سازمان‌ها برای بقا و موفقیت به حمایت ذینفعان‌شان نیاز دارند، مدیریت منابع انسانی به عنوان عنصری حیاتی در پاسخگویی به محیط داخلی و خارجی سازمانها و افزایش مشروعیت تبدیل شده است (بیتکتین و سانگ، ۲۰۲۳). سازمانها از طریق ارتباط با ذینفعان می‌کوشند تحولات خارج و داخل سازمان را بررسی کنند و به صورت پیشگیرانه پیش از اینکه خطری سازمان را تهدید نماید، تهدیدات را به فرصت مبدل سازند و مشروعیت خود را حفظ کنند. بنابراین، به کارگیری مدیریت منابع انسانی اثربخش مشروعیت سازمانی را نیز بهبود می‌بخشد (کاچون-رودریگز و همکاران، ۲۰۲۱).

مروری بر مبانی نظری مرتبط با مدیریت منابع انسانی، ابتکارات مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی، کمبود مطالعات در این زمینه را به وضوح نشان می‌دهد. اگرچه مدیریت منابع انسانی و اثرات آن بر مشروعیت توسط چندین پژوهش خارجی مورد بررسی قرار گرفته است و پژوهش‌های پیشین بینش‌های معناداری را در مورد ارتباط مستقیم بین مدیریت منابع انسانی، ابتکارات مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی ارائه کرده‌اند (دلگادو-آلمنی و همکاران، ۲۰۲۰؛ دیز-مارتین و همکاران، ۲۰۲۱)، اما تاکنون پژوهشی مبنی بر رابطه بین مدیریت منابع انسانی، ابتکارات مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی در بخش دولتی ایران انجام نگرفته است. اگرچه پژوهش‌های قبلی نشان داده‌اند که مسئولیت اجتماعی به عنوان دارایی‌های نامشهود راهبردی باعث حفظ و افزایش مشروعیت می‌گردد، با این حال، مسئولیت اجتماعی هرگز به صورت تجربی از نظر رابطه مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی مورد آزمایش قرار نگرفته است (دیز-مارتین و همکاران، ۲۰۲۲). از اینرو، خلا نحوه بررسی، نحوه رابطه متغیرها با هم، همچنین اهمیت مدیریت منابع انسانی به عنوان ابزاری راهبردی در ایجاد، افزایش و بهبود مشروعیت سازمانی، به ویژه در سازمانهای دولتی، دلیل اصلی اقدام به پژوهش حاضر است. بنابراین، سوال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی موثر می‌باشند؟

ادبیات و پیشینه پژوهش

مفهوم مشروعیت، که در ابتدا در رشته جامعه‌شناسی به کار گرفته شد، برای اولین بار ماکس وبر^۱ را در حوزه سازمان و مطالعات سازمانی معرفی کرد (المر و ریچر، ۲۰۲۱). ادبیات نظری، تعاریف بسیاری از مشروعیت سازمانی را شامل می‌شود که با همدیگر همپوشانی دارند و گزاره‌های نظری متعدد را بیان می‌کنند. مشروعیت طیف وسیعی از موضوعات مانند فرم‌های سازمانی، ساختارها، اقدامات روزانه، کاربردها، سازوکارهای دولتی، طبقه‌بندی، موسسان سازمان‌ها، گروه‌های مدیریتی و ... را دربر می‌گیرد (هاک‌راچی، ۲۰۲۳). در تعریفی دیگر، مشروعیت سازمانی به پذیرش اجتماعی اقدامات سازمان اشاره دارد. این پذیرش اجتماعی سازمانها را قادر می‌سازد که بر رفتار ذینفعان تأثیر بگذارند و به سطوح بالاتری از دسترسی به منابع کلیدی دست یابند (پیفاجفار و همکاران، ۲۰۲۲). سازمانهای مشروع به عنوان موجودیتی مطلوب و مناسب تلقی می‌شوند، زیرا رفتار آنها با ارزش‌ها و 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 (سیلوا و همکاران، ۲۰۱۹).

1 Scherer et al	9
2 Wang et al	0
2 Zhang et al	1
2 Ferrell et al	2
2 Batouei	3
2 F. Bitektine, F. Song,	4
2 Cachón-Rodríguez	5
2 Delgado-Aleman	6
2 Díez-Martín	7
2 Max Weber	8
2 Ellmer, M., & Reichel, A.	9
3 Haack Rasche	0
3 Pfajfar	1
3 Silva	2

مشروعیت، که عموماً به عنوان سطح پذیرش اجتماعی یک پدیده درک می شود، یکی از مؤلفه های اصلی نظریه نهادی برای دهه ها بوده است (شومان^۳، ۱۹۹۵). همچنین در گذشته برای مطالعه پذیرش شیوه ها و فرآیندهای مدیریت منابع انسانی متعدد به کار گرفته شده است (لوئیس و همکاران، ۲۰۱۳). ادراک ذینفعان از مشروعیت مدیریت منابع انسانی از لحاظ تاریخی ناخرسند بوده است، زیرا کارکرد و حرفه منابع انسانی اغلب تنها در نقش های پشتیبانی به تصویر کشیده می شود. اخیراً، محققان بر توضیح این موضوع تمرکز کرده اند که چگونه برخی از شیوه های جدید مدیریت منابع انسانی در چشم ذینفعان و بافت سازمانی داخلی گسترده تر مشروع می شوند (مور و همکاران، ۲۰۱۷) و در واقع، چگونه متخصصان منابع انسانی می توانند با موفقیت در کسب و کار به دنبال کسب مشروعیت باشند (هایزمن و فاکس، ۲۰۱۳).

مسئولیت اجتماعی از نظر مدیریتی به عنوان مفهومی از مدیریت تعریف می شود که سازمان را به سمت تعادل بین منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی سوق می دهد. طبق گفته فریدمن (۲۰۰۷)، مسئولیت اصلی سازمان در قبال جامعه، افزایش بهره وری در عین حصول اطمینان از انطباق با قوانین و هنجارهای اجتماعی است. کاتلر و لی (۲۰۰۸)، مسئولیت اجتماعی را به عنوان تعهدی برای بهبود رفاه جامعه از طریق شیوه های تجاری اختیاری و مشارکت منابع شرکت تعریف می کنند. برخی پژوهشگران دریافته اند که مسئولیت اجتماعی سازمان بر حسب شرایط و محیط می تواند ابعاد متفاوتی داشته باشد. کارول (۱۹۹۹)، چهار بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه را به عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی معرفی کرده است. اگرچه مدل کارول به طور کلی برای شرکتهای تجاری که در آن مسئولیت های اقتصادی به عنوان بعد اصلی مطرح شده است طراحی گردیده است، اما همانطور که ندیم و کاکاخل (۲۰۱۳)، بیان کرده اند، در دوران مدرن، جامعه به طور مداوم از سازمانهای دولتی درخواست می کند که از نظر اقتصادی نیز باید تا حدی کارآمد باشند، زیرا چنین نهادهایی تنها نمی توانند به بودجه عمومی تکیه کنند. بنابراین، بعد اقتصادی مدل کارول در سازمانهای دولتی این پرسش را مطرح می کند که چگونه می توان هزینه ها را کاهش و در عین حال بهره وری را افزایش داد.

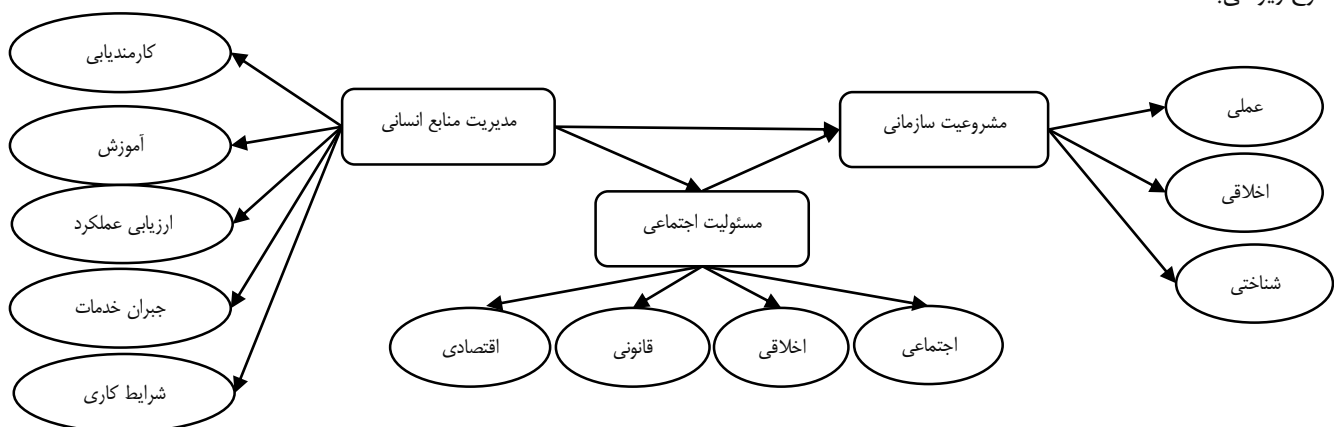
رهنورد و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی تأثیر ارتباطات (داخلی و خارجی) سازمانی بر مشروعیت سازمانی با نقش میانجی گری مسئولیت اجتماعی در سازمان های دولتی ایران پرداختند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و به صورت توصیفی-پیمایشی اجرا می شود. جامعه آماری شامل سازمان های دولتی است، که از میان آن ها ۱۵۲ سازمان به عنوان نمونه انتخاب شده و ۳۹۳ پرسشنامه نیز مورد تحلیل قرار گرفته است. برای انتخاب نمونه از نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد. تحلیل مسیر داده ها نشان می دهد 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 خداینده (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 سیاست های متنوع مسئولیت اجتماعی از طریق اجرای ماتریس اهمیت-عملکرد مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. برای این منظور ارزیابی هایی توسط ۱۵۷ کارشناس مسئولیت اجتماعی در مورد حدود ۳۰ شرکت چند ملیتی صورت گرفته شده که مورد بررسی قرار گرفت. نتایج یک رابطه قوی و مثبت بین شیوه های مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی را نشان می دهد. فرخی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر مشروعیت اجتماعی با نقش میانجی، مسئولیت اجتماعی پرداختند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، توصیفی همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر روش شناسی الگویابی معادالت ساختاری است. جامعه آماری شامل ۲۷۰ نفر از کارکنان بخش ستادی شرکت فولاد مبارکه اصفهان بودند که با تعیین حجم نمونه آماری به روش تصادفی ساده و بر اساس جدول مورگان، ۱۵۹ نفر تعیین شد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته مدیریت منابع انسانی سبز و دو پرسشنامه استاندارد مسئولیت اجتماعی گالبریت (۲۰۱۰) و پرسشنامه مشروعیت دامین و همکاران (۲۰۱۳)، استفاده گردید. آزمون فرضیات پژوهش با استفاده از الگوی معادالت ساختاری از طریق نرم افزار AMOS صورت گرفت. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که مدیریت منابع انسانی سبز بر مشروعیت اجتماعی و مسئولیت اجتماعی موثر است. همچنین مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت اجتماعی تأثیر دارد و در نهایت مسئولیت اجتماعی به عنوان میانجی در تأثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر مشروعیت اجتماعی تأثیر گذار است. تقدم کنگی و قمری (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اقدامات منابع انسانی بر مشروعیت سازمانی پرداختند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart-PLS است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی مشهد به تعداد ۳۵۷ نفر می باشد؛ که حجم نمونه مشخص شده آن با توجه به جدول مورگان ۱۸۵ نفر تعیین گردید. نتایج مطالعه نشان داد روابط علی بین اقدامات منابع انسانی و مشروعیت سازمانی معنی دار است و رابطه بین اقدامات منابع انسانی و مشروعیت سازمانی تأیید شده است. موزا و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی به بررسی مدیریت اجتماعی مسئول منابع انسانی و تأثیرات آن بر مشروعیت سازمانی: مورد کارمندان آندونزی پرداختند. برای این منظور از ارزیابی ۴۶ کارمند در جامبی سوماترا، آندونزی استفاده شد. داده ها با

3 Schuman	3
3 Lewis et al	4
3 Moore et al	5
3 Heizmann & Fox	6
3 Friedman	7
3 Kotler & Lee	8
3 Nadeem & Kakakhel	9
4 Muazza et al	0

استفاده از PLS-SEM 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. پیمنتا و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی مسئولیت پذیر اجتماعی و تعامل کاری با نقش حمایت سازمانی درک شده و تعهد سازمانی عاطفی پرداختند. داده ها از نمونه ای متشکل از ۲۲۲ کارمند شاغل در سازمان های مختلف با استفاده از نظرسنجی های آنلاین فردی جمع آوری شد. نتایج تأیید می کنند که مدیریت منابع انسانی مسئولیت پذیر اجتماعی، تعامل کاری را تقویت می کند و این اثر در معرض میانجی گری متوالی توسط حمایت سازمانی ادراک شده و تعهد عاطفی است. بر این اساس، شیوه های مدیریت منابع انسانی مسئولیت پذیر اجتماعی به سطح بالاتری از حمایت سازمانی ادراک شده کمک می کند، که سپس پیوندهای عاطفی قوی تری را با کارفرمایان تقویت می کند و به نوبه خود، سطوح بالاتری از قدرت، جذب و فداکاری را در بین کارگران ایجاد می کند. دل-کاستیلو-فیتو و همکاران (۲۰۲۲)، در پژوهشی به آنالیز رابطه بین پیاده سازی مدیریت منابع انسانی با مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی پرداختند. برای تحلیل داده ها از PLS-SEM استفاده شد و نتایج نشان از وجود رابطه قوی و مثبت بین مشروعیت سازمانی و اقدامات مسئولیت اجتماعی کارمند-محور دارد. ماهادیوان و استمیز (۲۰۲۰)، پژوهشی با عنوان خلق مشروعیت انجام داده اند. این مطالعه نشان می دهد که چگونه اقدامات منابع انسانی بر مشروعیت اثرگذار است. این مطالعه از سری مطالعات انتقادی مدیریت منابع انسانی است و بیان می کند که خلق تجربیات مثبت برای کارمندان وسیله ای جدید برای ساخت مشروعیت است. لورنت و همکاران (۲۰۱۶)، به بررسی اثر آموزش کارکنان و رابطه آن با مشروعیت پردازد پرداختند. وی خاطر نشان می کند که آموزش یکی از مهم ترین وظایف منابع انسانی است. در این پژوهش عوامل زمینه ای در آموزش کارکنان بررسی شد. یافته ها نشان داد که آموزش کارکنان می تواند در افزایش مشروعیت سازمان و افزایش عملکرد آن اثرگذار باشد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت توصیفی - همبستگی، از نظر هدف کاربردی می باشد. همچنین از نظر طرح پس رویدادی و از نظر گردآوری داده ها مقطعی می باشد. جامعه آماری پژوهش سازمان های دولتی شهر تهران (به تعداد ۲۵۱ سازمان) که با توجه به جدول کوهن ۷۰ سازمان با روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. لازم است اشاره شود که در هر سازمان سه پرسشنامه توزیع گردید، و در هنگام تجزیه و تحلیل، میانگین نظرات لحاظ گردیده است. در این پژوهش به منظور گردآوری اطلاعات از دو بخش کتابخانه ای و میدانی استفاده می شود. در بخش کتابخانه ای از کتب و مقالات تخصصی فارسی و لاتین و پایان نامه ها و در بخش میدانی نیز جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه مدیریت منابع انسانی و این (۲۰۱۰)، شامل ۱۴ گویه و پنج بعد کارمندیابی، آموزش و بالندگی، ارزیابی عملکرد، جبران خدمات و شرایط کاری می باشد که بر اساس طیف پنج درجه ای لیکرت (کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱)) مورد سنجش قرار می گیرد. پرسشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان کارول (۱۹۹۱)، دارای ۲۰ سوال و ۴ مؤلفه مسئولیت پذیری اقتصادی، مسئولیت پذیری قانونی، مسئولیت پذیری اخلاقی، مسئولیت پذیری اجتماعی می باشد که بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت (کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱)) مورد سنجش قرار می گیرد. برای سنجش مشروعیت سازمانی از پرسشنامه مشروعیت سازمانی ساچمن (۱۹۹۵) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۲۰ گویه و سه مؤلفه مشروعیت عملی، مشروعیت اخلاقی و مشروعیت شناختی می باشد که بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت (کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱)) مورد سنجش قرار می گیرد. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از دو بخش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش استنباطی به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از روش مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار LISREL 8.8 استفاده شد. در پژوهش حاضر جهت بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی از مدل پیشنهادی پژوهش دل-کاستیلو-فیتو و همکاران (۲۰۲۲)، بهره گرفته شد، که به شرح زیر می باشد.



شکل ۱، مدل مفهومی پژوهش (دل-کاستیلو-فیتو و همکاران، ۲۰۲۲)

4 Pimenta	1
4 del-Castillo-Feito	2
4 Mahadevan & Schmits	3
4 Lorent	4

در این پژوهش به منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی ظاهری^{۴۵}، محتوایی^{۴۶} و سازه^{۴۷} استفاده شد. در روایی محتوایی و با کمک فرم‌های CVI و CVR و به کمک ده نفر از خبرگان شامل اعضای مصاحبه‌شونده، خبرگان دانشگاهی، چند نفر از آزمودنی‌ها و ... محتوای پرسشنامه از نظر سؤال‌های اضافی و یا اصلاح سؤال‌ها مورد بررسی قرار گرفت. فرم CVI نشان داد که همه سوالات پرسش‌نامه‌ها از نقطه نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند. هم‌چنین با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه سؤال‌ها بالای ۰/۶۲ به دست آمد هیچ سؤال‌ی نیاز به حذف شدن نداشت. در بررسی روایی همگرا یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۲/۵۸ بود. میانگین واریانس استخراج شده^{۴۸} همه مؤلفه‌ها بالای ۰/۵ بود و همین‌طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده آن بود؛ لذا می‌توان گفت که روایی همگرایی سازه‌های مدل تأیید می‌شوند. در بررسی روایی واگرا نیز از آزمون فورنل و لارکر و آزمون بار عرضی^{۴۹} استفاده شد. در آزمون فورنل و لارکر یافته‌ها نشان داد، جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر پنهان بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل بود؛ هم‌چنین نتایج آزمون بار عرضی نشان داد، بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیره‌ای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل بود و از طرف دیگر بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل ۰/۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر بود؛ بنابراین نتایج این دو آزمون بیانگر روایی واگرا بود. در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^{۵۰} محاسبه شد. مقادیر این دو ضریب برای همه متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود.

جدول ۱. ضریب میانگین واریانس استخراج شده و ضریب پایایی ترکیبی

مؤلفه	آلفای کرونباخ	CR	AVE	MSV	ASV	مدیریت منابع انسانی	مسئولیت اجتماعی	مشروعیت سازمانی
مدیریت منابع انسانی	۰/۷۶	۰/۸۶	۰/۵۹	۰/۳۹	۰/۲۸	۰/۷۲	—	—
مسئولیت اجتماعی	۰/۸۵	۰/۸۱	۰/۶۴	۰/۳۲	۰/۲۹	۰/۵۹	۰/۷۹	—
مشروعیت سازمانی	۰/۷۲	۰/۸۶	۰/۵۷	۰/۴۲	۰/۲۹	۰/۴۹	۰/۵۴	۰/۸۴

تجزیه و تحلیل داده‌ها

نتایج آمار جمعیت‌شناختی در جدول (۲)، آمده است. با توجه به نتایج بیشترین فراوانی مربوط به جنسیت مذکر (۶۵/۷۱ درصد) است. هم‌چنین بیشترین فراوانی مربوط به افراد دارای سن ۳۱ تا ۳۵ سال (۴۳/۸ درصد) است. با توجه به نتایج ۴۸/۵۷ درصد دارای سابقه کاری ۱۱ تا ۲۰ سال می‌باشند. هم‌چنین بیشتر افراد شرکت‌کننده دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس (۴۶/۶۶ درصد) می‌باشند.

جدول ۲. نتایج آمار جمعیت‌شناختی پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۳۸	۶۵/۷۱
	زن	۷۲	۳۴/۲۸
سن	۲۰-۲۵ سال	۴۲	۲۰
	۲۶-۳۰ سال	۴۸	۲۲/۸۵
	۳۱-۳۵ سال	۹۲	۴۳/۸
	بالای ۳۶ سال	۲۸	۱۳/۳۳
سابقه کاری	۱-۱۰ سال	۷۲	۳۴/۲۸
	۱۱-۲۰ سال	۱۰۲	۴۸/۵۷
	بالای ۲۰ سال	۳۶	۱۷/۱۴
مدرک تحصیلی	لیسانس	۹۱	۴۳/۳۳
	فوق لیسانس	۹۸	۴۶/۶۶
	دکتری	۲۱	۱۰
جمع		۲۱۰	۱۰۰

4 Faced Validity	5
4 Content Validity	6
4 Construct Validity	7
4 Average Variance Extracted	8
4 Cross Loadings	9
5 Composite Reliability (CR)	0

در جدول زیر آمار توصیفی متغیرهای تحقیق شامل میانگین، واریانس، چولگی و کشیدگی متغیرهای تحقیق ارائه شده اند. همانگونه که مشاهده می شود تمامی متغیرهای تحقیق از نظر آمار توصیفی مورد بررسی قرار گرفته اند و از نظر چولگی و کشیدگی نیز تمام متغیرها دارای وضعیت مطلوبی می باشند. با توجه به نتایج در بین متغیرهای پژوهش، بیشترین و کمترین میانگین مربوط به مشروعیت سازمانی (۵) و مدیریت منابع انسانی (۴/۵۰) می باشد.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	بیشینه	کمینه	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی
مدیریت منابع انسانی	۴.۵۰	۲.۴۴	۳.۶۲۷۹	۰.۴۴۲۱۱	۰.۱۹۵	۰.۰۰۴	-۰.۸۸۶
مسئولیت اجتماعی	۴.۸۹	۲.۶۷	۳.۹۱۱۷	۰.۵۳۵۰۶	۰.۲۸۶	-۱.۰۹	-۱.۲۲۱
مشروعیت سازمانی	۵.۰۰	۳.۴۰	۴.۳۶۱۱	۰.۴۰۴۱۰	۰.۱۶۳	-۰.۲۱۳	-۰.۷۳۷

در جدول (۴)، نرمال بودن متغیرها با کمک آزمون کلموگروف اسمیرنوف بررسی شد. با توجه به نتایج، و با توجه به اینکه سطح احتمال تمامی متغیرهای پژوهش بیشتر از مقدار استاندارد ۰/۰۵ درصد می باشد، بنابراین فرضیه صفر پژوهش رد شده و متغیرهای پژوهش نرمال می باشند.

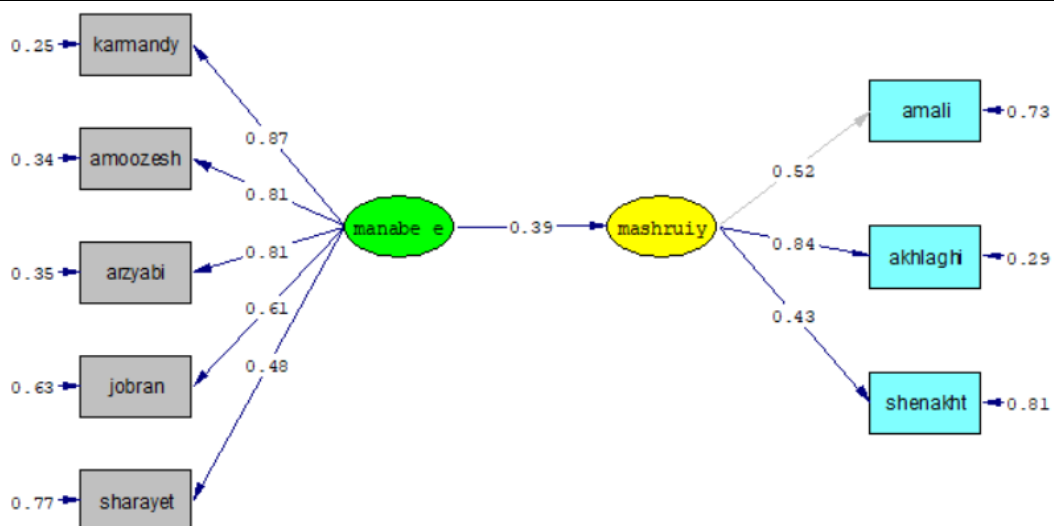
جدول ۴. بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

متغیر	آماره K.S	سطح معنی داری (sig)	نتیجه
مدیریت منابع انسانی	۰/۰۸۲	۰/۹۸۵	نرمال
مسئولیت اجتماعی	۰/۰۸۵	۰/۸۵۴	نرمال
مشروعیت سازمانی	۰/۱۱۲	۰/۳۶۶	نرمال

نتایج ضرایب مسیر رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی، در جدول (۵) و نمودارهای (۱) و (۲) نمایش داده شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره t (۳/۶۰)، بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹۶ می باشد، بنابراین بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. ضریب ۰/۳۹ نشان دهنده این موضوع می باشد که با افزایش مدیریت منابع انسانی به اندازه یک واحد، مشروعیت سازمانی به اندازه ۰/۳۹ واحد افزایش می یابد.

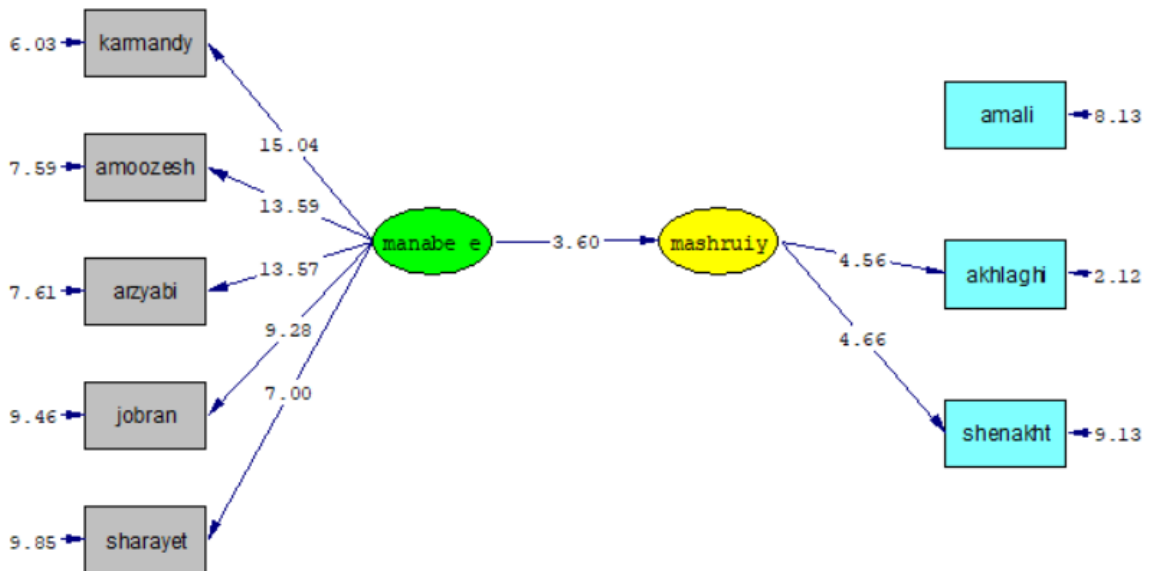
جدول ۵. ارزیابی ضرایب مسیر رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی

نتیجه	ضرایب مسیر	آماره t	مسیر
تایید	۰/۳۹	۳/۶۰	مدیریت منابع انسانی \rightarrow مشروعیت سازمانی



Chi-Square=81.05, df=19, P-value=0.00000, RMSEA=0.125

نمودار ۱. ضرایب مسیر رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی در حالت استاندارد



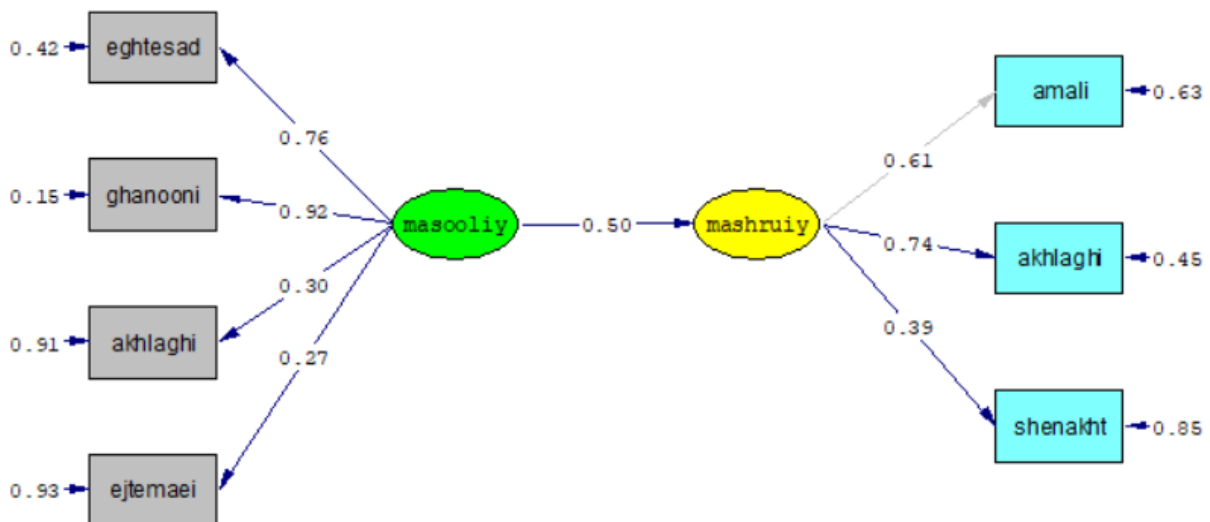
Chi-Square=81.05, df=19, P-value=0.00000, RMSEA=0.125

نمودار ۲. آماره t رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی در حالت استاندارد

نتایج ضرایب مسیر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی، در جدول (۶) و نمودارهای (۳) و (۴) نمایش داده شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره t (۴/۵۸)، بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹۶ می باشد، بنابراین بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. ضریب ۰/۵۰ نشان دهنده این موضوع می باشد که با افزایش مسئولیت اجتماعی به اندازه یک واحد، مشروعیت سازمانی به اندازه ۰/۵۰ واحد افزایش می یابد.

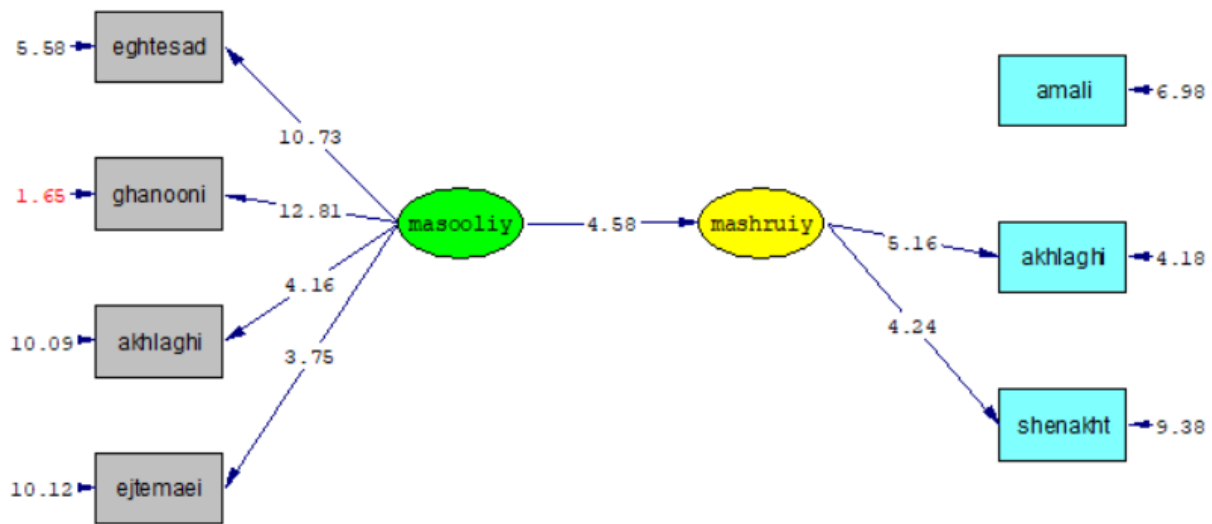
جدول ۶. ارزیابی ضرایب مسیر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی

نتیجه	ضرایب مسیر	آماره t	مسیر
تایید	۰/۵۰	۴/۵۸	مسئولیت اجتماعی ← مشروعیت سازمانی



Chi-Square=105.80, df=13, P-value=0.00000, RMSEA=0.184

نمودار ۳. ضرایب مسیر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی در حالت استاندارد



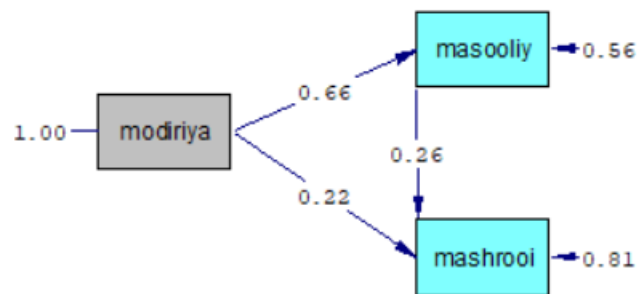
Chi-Square=105.80, df=13, P-value=0.00000, RMSEA=0.184

نمودار ۴. آماره t رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی در حالت استاندارد

نتایج ضرایب مسیر جهت تعیین نقش تعدیلگری مسئولیت اجتماعی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی، در جدول (۷) و نمودارهای (۵) و (۶) نمایش داده شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره t (۳/۰۸)، بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹۶ می‌باشد، بنابراین مسئولیت اجتماعی نقش تعدیلگری در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی دارد.

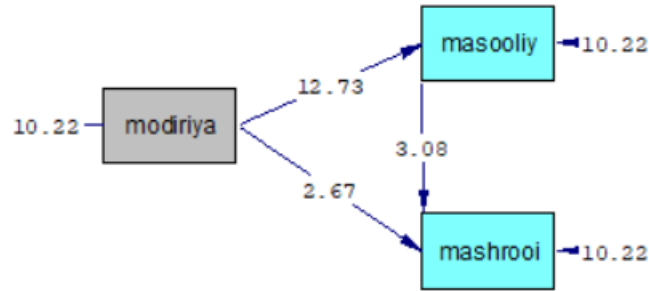
جدول ۷. ارزیابی ضرایب مسیر جهت تعیین نقش تعدیلگری مسئولیت اجتماعی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی

مسیر	آماره t	ضرایب مسیر	نتیجه
مدیریت منابع انسانی ← مسئولیت اجتماعی ← مشروعیت سازمانی	۳/۰۸	۰/۲۶	تایید



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار ۵. ضرایب مسیر جهت تعیین نقش تعدیلگری مسئولیت اجتماعی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی در حالت استاندارد



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار ۶. آماره t جهت تعیین نقش تعدیلگری مسئولیت اجتماعی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی در حالت استاندارد

نتایج آزمون سوبل تعیین نقش تعدیلگری مسئولیت اجتماعی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی در جدول (۸) خلاصه شده است. با توجه به نتایج و با توجه به اینکه سطح معنی داری این آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از مقدار استاندارد ۰/۰۵ بوده و مقدار آمار Z (۶/۶۵۴۷) بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹۶ می باشد، می توان نتیجه رفت که مسئولیت اجتماعی نقش تعدیلگری در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی دارد.

جدول ۸. آزمون سوبل جهت تعیین نقش تعدیلگری مسئولیت اجتماعی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی

آزمون سوبل	آماره Z	سطح معنی داری
	۶/۶۵۴۷	۰/۰۰۰

آماره های مربوط به برازش مدل پژوهش در جدول (۹)، آورده شده است. با توجه به نتایج، مقدار ضریب R^2 برای متغیر وابسته پژوهش ۰/۷۰۲ به دست آمد که نشان دهنده برازش قوی مدل ساختاری پژوهش می باشد. به عبارتی مقدار این ضریب نشان دهنده این موضوع می باشد که متغیرهای وابسته توانسته اند ۷۰/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش بینی کنند. از آنجایی که مقدار به دست آمده برای معیار Q^2 (سازه های درون زا) ۰/۴۰۸ به دست آمده، نشان از قدرت پیش بینی مناسب مدل در خصوص سازه های درون زای پژوهش دارد و برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می سازد. نتایج نشان داد که مقدار معیار افزونگی اِثربا با ۰/۲۸۷ می باشد. با توجه به اینکه مقدار بدست آمده شاخص نیکویی برازش ۰/۵۳۵ (بیشتر از ۰/۳۶) است، می توان گفت مدل از برازش قوی برخوردار می باشد.

جدول ۹. نتایج معیارهای برازش مدل پژوهش

متغیر وابسته	R^2	Q^2	COMMUNALITY	Redundancy	GOF
مشروعیت سازمانی	۰/۷۰۲	۰/۴۰۸	۰/۴۰۹	۰/۲۸۷	۰/۵۳۵

نتیجه گیری

همانگونه که بیان شد، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی بود. امروزه، یکی از مباحث مهم در سازمانهای دولتی ایران، کسب و حفظ مشروعیت است. وجود مشروعیت برای تمامی سیستمهای سازمانی که برگرفته از نظام مردم سالاری است و مخاطب اصلی آنها عامه مردم هستند، بسیار حیاتی است. با وجود قابلیت های بالای مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی در حفظ و ارتقای مشروعیت، در تحقیقات علمی و اقدامات کاربردی سازمانها چندان توجهی به آن نشده است. از اینرو، پژوهش حاضر اقدام به بررسی این مهم نموده است.

نتایج نشان داد بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش های موزا و همکاران (۲۰۲۳)، دل-کاستیلو-فیتو و همکاران (۲۰۲۲)، ویگیل (۲۰۱۴) و اریکسون و همکاران (۲۰۱۱) همسو می باشد. این نتیجه را می توان اینگون استدلال کرد که سازمان هایی با سیستم های مدیریت منابع انسانی خوب می توانند بین ذینفعان سازمانی اجماع ایجاد کنند. سیستم مدیریت منابع انسانی در سازمان با ایجاد اجماع از طریق تعامل با ذینفعان سازمانی (داخلی و خارجی)، فرهنگ و هنجارهای اجتماعی، مشروعیت سازمانها را تعیین می کند و این تعاملات به سازمان اعتبار و قدرت نفوذ

بیشتر می‌بخشد. علاوه بر این، تعاملات میان ذینفعان و رسیدن به اجماع میان آنان را می‌توان از طریق سیستم مدیریت منابع انسانی، که قادر به ایجاد تعاملات متعدد بین ذینفعان است، دستکاری و هدایت کرد، زیرا تاثیر سیستم مدیریت منابع انسانی بر مشروعیت در بستر سازمانها قابل ملاحظه است. همچنین نتایج نشان داد بین مسئولیت اجتماعی و مشروعیت سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های دل-کاستیلو-فیتو و همکاران (۲۰۲۲)، پیمتا و همکاران (۲۰۲۳)، رهنورد و همکاران (۱۴۰۲) و محمدی و خدابنده (۱۴۰۱)، همسو می‌باشد. این نتیجه را می‌توان اینگونه استدلال کرد که مسئولیت اجتماعی به دلایلی می‌تواند بر مشروعیت سازمانی تاثیر بگذارد؛ اولاً، اقدامات مسئولیت اجتماعی تاکید می‌کند که از مهمترین راهبردهای سازمانی برای به دست آوردن مشروعیت سازمانی است، بیان 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 است که همان مشروعیت سازمانی است. ثانیاً، عملکرد مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که می‌تواند بر مشروعیت سازمانی اثر مثبتی 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. بنابراین، مسئولیت اجتماعی می‌تواند انتظارات ذینفعان را برآورده کند و به نوبه خود مشروعیت سازمانی را ایجاد، حفظ و تقویت نماید. با توجه به نتایج، مسئولیت اجتماعی نقش تعدیلگری در رابطه بین مدیریت منابع انسانی و مشروعیت سازمانی ایفا می‌کند. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های دل-کاستیلو-فیتو و همکاران (۲۰۲۲) و محمدی و خدابنده (۱۴۰۱)، همسو می‌باشد. این نتیجه را می‌توان اینگونه استدلال کرد که مدیریت منابع انسانی با تاثیر بر مسئولیت اجتماعی می‌تواند به بهبود مشروعیت سازمانی منجر گردد و این فرض وجود دارد که باز و شفاف بودن مدیریت منابع انسانی می‌تواند باعث ایجاد مزایای ارتباطی مانند تقویت فرهنگ سازمانی مناسب با اقدامات مسئولیت اجتماعی و همچنین ایجاد روابط قابلاعتقاد با ذینفعان گردد که به بهبود مشروعیت سازمانی منجر خواهد شد.

در محیط‌های بسیار نهادینه شده مانند سازمان‌های دولتی، کسب مشروعیت تا حد زیادی به سیستم مدیریت منابع انسانی بستگی دارد. بنابراین، برای اطمینان از مشروعیت، پیشنهاد می‌گردد که مدیران سازمانها تلاش خود را برای ایجاد و حفظ یک سیستم مدیریت منابع انسانی خوب اختصاص دهند. این 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 تاثیر این باور است که تصمیمات سازمانهای مشروع، صحیح و مناسب است و باید از آنها پیروی کرد. بنابراین، سازمانها با مشروعیت بالا، فعالیتهای خود را می‌توانند 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 سوال بردن فعالیت‌های سازمانی منجر شود و بر اجرای فرایندها اثر منفی بگذارد. در مجموع، در این پژوهش الگویی کاربردی و بومی در زمینه ارتقای مشروعیت سازمانی از طریق اقدامات مدیریت منابع انسانی سازمانی و مسئولیت اجتماعی ارائه شد که ضمن پر کردن خلا تحقیقاتی و دانش‌افزایی در این زمینه، می‌تواند مسیر پژوهش‌های آینده را هموار کند. با توجه به اینکه تاکنون اقدامات سیستم مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بر مشروعیت سازمانی در سازمان‌های دولتی به شکل پراکنده و بدون جهت‌گیری لازم انجام می‌گرفته، یافته‌های پژوهش حاضر باعث افزایش شناخت و آگاهی در این حوزه می‌شود و می‌تواند زمینه‌ساز اقدامات کاربردی و اثربخش باشد. الگوی ارائه شده، برخلاف دیدگاه‌های ارائه شده، نگاه کاربردی و عملیاتی به بحث مشروعیت و سیستم مدیریت منابع انسانی دارد و با توجه به شرایط بومی کشور می‌تواند راه‌گشای سازمانهای دولتی باشد. در نهایت، پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی برای سازمانهای خصوصی، غیرانتفاعی و تعاونی نیز چنین مدلی طراحی و ارائه گردد.

اگرچه یافته‌های پژوهش حاضر، بینشی قابل توجه در رابطه با مشروعیت سازمانی در سازمان‌های دولتی ارائه می‌کند، از چندین محدودیت نیز رنج می‌برد. مهمترین محدودیت این است که یافته‌های حاصل شده مربوط به سازمان‌های دولتی ایرانی است و قابل تعمیم به سایر انواع سازمانها و دیگر کشورها نیست. علاوه بر این، پژوهش به صورت مقطعی است و داده‌های آن در بازه زمانی مشخصی جمع‌آوری شده است، در حالی که پژوهش‌های طولی می‌تواند نتیجه غنی‌تری را ارائه نمایند. از دیگر سو، ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بود و شاید نتوان به احساسات واقعی شرکت‌کنندگان پی برد و دلایل واقعی ناهمسانی را در آنها شناسایی کرد، زیرا ناهمسانی ممکن است در شرایط محیطی متفاوت تغییر کند یا ممکن است بر اثر عوامل روانشناختی صورت گیرد.

ملاحظات اخلاقی

موارد مربوط به اخلاق در پژوهش و نیز امانت‌داری در استناد به متون و ارجاعات مقاله تماماً رعایت گردید.

تعارض منافع

تدوین این مقاله، فاقد هرگونه تعارض منافی بوده است.

سهم نویسندگان

نگارش مقاله تماماً توسط نویسندگان بصورت مشترک و برابر انجام گرفته است.

تشکر و قدردانی

از تمام کسانی که ما را در تهیه این مقاله یاری رسانده‌اند، سپاسگزاریم.

تأمین اعتبار پژوهش

این پژوهش بدون تأمین اعتبار مالی سامان یافته است.

References

- Barrena-Martinez, J., Lopez-Fernández, M., Romero-Fernández, P.M., 2019. The link between socially responsible human resource management and intellectual capital. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 26 (1), 71–81.
- Blanco-Gonzalez, A., Díez-Martín, F., Cachon-Rodríguez, G., Prado-Roman, C., 2020. Contribution of social responsibility to the work involvement of employees. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 27 (6), 2588–2598. <https://doi.org/10.1002/csr.1978>.
- Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A., Gonzalez-Vázquez, E., 2019. The relationship between image and reputation in the Spanish public university. *Eur. Res. Manag. Bus. Econ.* 25 (2), 87–92. <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2019.01.001>.
- Del-Castillo-Feito, C., Díez-Martín, F., Blanco-González, A., 2021. The effect of implementing environmental policies and employees' environmental training in multinational companies' legitimacy level in emerging countries. *J. Clean. Prod.* 312 (20), 127817 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127817>.
- Del-Castillo-Feito, A., Blanco-González, F., Hernández-Perlins, (2022), The impacts of socially responsible human resources management on organizational legitimacy, *Technological Forecasting and Social Change*, 174 (2022), Article 121274.
- Dmytriiev, S.D., Freeman, R.E., Horisch, J., 2021. The relationship between stakeholder theory and corporate social responsibility: differences, similarities, and implications for social issues in management. *J. Manag. Stud.* 58 (6), 1441–1470.
- E. Anastasiadou, M.C. Anestis, I. Karantza, S. Vlachakis, (2020), The coronavirus' effects on consumer behavior and supermarket activities: Insights from Greece and Sweden, *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40 (9) (2020), pp. 893-907.
- Ellmer, M., & Reichel, A. (2021). Staying close to business: The role of epistemic alignment in rendering HR Analytics outputs relevant to decision-makers. *International Journal of Human Resource Management*, 32(2), 2622–2642.
- F. Batouei, M. Iranmanesh, H. Mustafa, D. Nikbin, T.A. Ping, (2020), Components of airport experience and their roles in eliciting passengers' satisfaction and behavioural intentions, *Research in Transportation Business & Management*, 37 (2020), Article 100585.
- F. Bitektine, F. Song, (2022), On the Role of Institutional Logics in Legitimacy Evaluations: The Effects of Pricing and CSR Signals on Organizational Legitimacy, *Journal of Management* (2022).
- F. Bakioglu, O. Korkmaz, H. Ercan, (2020), Fear of COVID-19 and positivity: Mediating role of intolerance of uncertainty, depression, anxiety, and stress, *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19 (2020), pp. 2369-2382.
- F. Díez-Martín, A. Blanco-González, E. Díez-de-Castro, (2021), Measuring a scientifically multifaceted concept. The jungle of organizational legitimacy. *European Research on Management and Business, Economics*, 27 (1) (2021), pp. 100-131.
- F. Díez-Martín, G. Miotto, G. Cachón-Rodríguez, (2022), Organizational legitimacy perception: Gender and uncertainty as bias for evaluation criteria, *Journal of Business Research*, 139 (2022), pp. 426-436.
- Fatma, M., Khan, I., Rahman, Z., 2019. Striving for legitimacy through CSR: an exploration of employees responses in controversial industry sector. *Soc. Responsib. J.* 15 (7), 924–938.
- Fatma, M., Rahman, Z., 2014. Building a corporate identity using corporate social responsibility: a website based study of Indian banks. *Soc. Responsib. J.* 10 (4), 591–601.
- Ferrell, O.C., Harrison, D.E., Ferrell, L., Hair, J.F., 2019. Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: an exploratory study. *J. Bus. Res.* 95, 491–501.
- Freeman, R.E., 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing, Marshfield, MA.
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., Schaltegger, S.A., 2020. Stakeholder theory perspective on business models: value creation for sustainability. *J. Bus. Ethics* 166, 3–18.
- G. Cachón-Rodríguez, A. Blanco-González, C. Prado-Román, F. Díez-Martín, (2021), Sustainability actions, employee loyalty, and the awareness: The mediating effect of organization legitimacy, *Managerial and Decision Economics*, 42 (7) (2021), pp. 1730-1739.
- Heizmann, H., & Fox, S. (2019). O Partner, Where Art Thou? A critical discursive analysis of HR managers' struggle for legitimacy. *International Journal of Human Resource Management*, 30(13), 2026–2048.
- Horisch, J., Freeman, R.E., Schaltegger, S., 2014. Applying stakeholder theory in sustainability management: links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework. *Organ. Environ.* 27 (4), 328–346.
- J. Ahn, J. Kwon, (2020), CSR perception and revisit intention: The roles of trust and commitment, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3 (5) (2020), pp. 607-623.

- Lewis, A. C., Cardy, R. L., & Huang, L. S. R. (2019). Institutional theory and HRM: A new look. *Human Resource Management Review*, 29(3), 316–335.
- M. Akbari, A. Nazarian, P. Foroudi, N. Seyyed Amiri, E. Ezatabadipoor, (2021), How corporate social responsibility contributes to strengthening brand loyalty, hotel positioning and intention to revisit?, *Current Issues in Tourism*, 24 (13) (2021), pp. 1897-1917.
- Moore, K., McDonald, P., & Bartlett, J. (2017). The social legitimacy of disability inclusive human resource practices: The case of a large retail organisation. *Human Resource Management Journal*, 27(4), 514–529.
- Muazza, M. Habibi, A. Mukminin, A. (2023), THE SOCIALLY RESPONSIBLE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AND ITS IMPACTS ON THE ORGANIZATIONAL LEGITIMACY: THE CASE OF INDONESIAN EMPLOYEES, *Economic Studies Journal (Ikonomicheski Izsledvania)*, 32(3), pp. 162-177.
- Pedrini, M., Ferri, L.M., 2011. Implementing corporate social responsibility. An exploratory study of strategy integration and CSR officers' duty. *Econ. Aziend. Online* 2, 175–187.
- Pfajfar, G., Shoham, A., Małecka, A., & Zalaznik, M. (2022). Value of corporate social responsibility for multiple stakeholders and social impact–Relationship marketing perspective. *J. Bus. Res.*, 143, 46-61.
- Pimenta, S. Patrícia Duarte, A. Simões, E. (2023), How socially responsible human resource management fosters work engagement: the role of perceived organizational support and affective organizational commitment, Information about the authors can be found at the end of this article, Emerald Publishing Limited, ISSN 1747-1117.
- R. Delgado-Aleman, M.A. Revilla-Camacho, A. Blanco-González, (2020), Is a university committed to ethics perceived as an honest, appropriate and properly managed organization?, *Journal of Management and Business Education*, 4 (1) (2020), pp. 12-32.
- Scherer, A.G., Palazzo, G., Seidl, D., 2013. Managing legitimacy in complex and heterogeneous environments: sustainable development in a globalized world. *J. Manag. Stud.* 50 (2), 259–284
- Schuman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Silva, S., Nuzum, A., Schaltegger, S., 2019. Stakeholder expectations on sustainability performance measurement and assessment. A systematic literature review. *J. Clean. Prod.* 217 (20), 204–215.
- Toussaint, M., Cabanelas, P., Blanco-Gonzalez, A., 2021. Social sustainability in the food value chain: an integrative approach beyond corporate social responsibility. *Soc. Responsib. Environ. Manag.* 28 (2), 103–115.
- Ulmer, R.R., Sellnow, T.L., 2000. Consistent questions of ambiguity in organizational crisis communication: jack in the Box as a case study. *J. Bus. Ethics* 25, 143–155.
- Wang, Q., Dou, J., Jia, S., 2016. A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: the moderating effect of contextual factors. *Bus. Soc.* 55 (8), 1088–1121.
- Zhang, Y., Li, J., Jiang, W., Zhang, H., Hu, Y., Liu, M., 2018. Organizational structure, slack resources and sustainable corporate socially responsible performance. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 25, 1099–1107