

Identifying Variables Affecting Corporate Social Responsibility in Project-based organizations

Mahdiye Dehghan Nayeri *

PhD Candidate in Project Management and Construction, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University.

Mohammad Hossein Sobhiyah

Associate Professor of Project Management and Construction, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University.

Abstract


With the expansion of the effectiveness of organizations and public awareness on the axes of suitable development, the demand for organizations to move towards social responsibility has intensified in practice. In this regard, organizations contribute to their credibility by being aware of the factors involved in corporate social responsibility (CSR) and manifesting it in their decisions. In this article, we investigated variables affecting policies and actions related to corporate social responsibility (CSR) in the context of project-based organizations in the country. For this purpose, first, an initial theoretical framework has been developed by reviewing scholarly journal articles and interviewing experts. Then, the theoretical framework has been validated and finalized by sending questionnaires to several experts and the Delphi method. As a result, we identified 11 factors at three institutional, organizational, and individual levels. Five factors at the institutional level include the country's growth and development rate, government-society relationships, the action of formal governmental institutions, the action of formal non-governmental institutions, and the action of informal institutions; four factors at the organizational level include the organization's governance system, organization profile, Organizational planning, and cultural orientation of the organization; and two factors at the individual level include the characteristics of the governing body and the characteristics of human resources.


Keywords: Corporate Social Responsibility, Ethical Responsibility, Project Management, Umbrella Review, Delphi Method

* Corresponding Author: m.nayeri@modares.ac.ir

How to Cite: Dehghan Nayeri, M; sobhiyah, M. H. (2023). Identifying variables affecting corporate social responsibility in project-based organizations, *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 14 (53), 87-119.

شناسایی عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان‌های مبتنی بر پروژه

کاندیدای دوره دکتری مدیریت پروژه و ساخت، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس. *  مهدیه دهقان نیری

دانشیار دوره دکتری مدیریت پروژه و ساخت، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس.  محمدحسین صبیحیه

چکیده

با گسترش اثرگذاری سازمان‌ها بر محورهای توسعه پایدار و همچنین رشد آگاهی عمومی، مطالبه از سازمان‌ها برای مسئولانه عمل کردن در قبال جامعه و حرکت به سمت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عمل شدت گرفته است. در این راستا سازمان‌ها با آگاهی از عوامل دخیل در موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی و نمود آن در تصمیماتشان، کمک شایانی به اعتبار خود می‌کنند. به همین دلیل در این مقاله شناسایی عوامل مؤثر بر سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان‌های مبتنی بر پروژه مورد پژوهش قرار گرفته است. بدین منظور پس از مرور چتری ۲۲ مقاله مروری متمرکز بر موضوع و انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان چهارچوب نظری پژوهش توسعه یافته است و با متد دلفی و ارسال پرسش‌نامه برای تئی چند از متخصصان، چهارچوب نظری اعتبارسنجی و نهایی شده است. در نتیجه جمعاً ۱۱ عامل در سه سطح شامل ۵ عامل روند رشد و توسعه کشور، مناسبات دولت و جامعه، کنش نهادهای رسمی دولتی، کنش نهادهای رسمی غیردولتی و کنش نهادهای غیررسمی در سطح نهادی، ۴ عامل سیستم حاکمیتی سازمان، مشخصات سازمان، برنامه‌ریزی سازمان و جهت‌گیری فرهنگی سازمان در سطح سازمانی و ۲ عامل ویژگی‌های بدنه حاکمیت و ویژگی‌های منابع انسانی در سطح فردی شناسایی شدند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکتی، مسئولیت اخلاقی، مدیریت پروژه، مرور چتری، روش دلفی.

۱. مقدمه

سیر تحول تغییر مفهوم و هدف ایجاد سازمان‌ها، که در ابتدا تنها به موضوع سودآوری محدود می‌شد، منجر به ظهور و گسترش تعاریف جدیدی از سازمان و هدف و مسئولیت آن گردید. امروزه مسئولیت هر فرد یا سازمان را می‌توان در قالب چندین نوع مسئولیت دید نظیر مسئولیت حقوقی ناشی از قوانین کیفری، جزایی، حقوقی و مدنی؛ مسئولیت حرفه‌ای ناشی از شرح وظایف شغلی، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها؛ و مسئولیت اخلاقی ناشی از حقوق و منافع طبیعی. اما به‌راستی مسئولیت یک سازمان چیست؟ سودآوری اقتصادی یا رفاه و منفعت عمومی (Schmitz, 2015: 28).

در قرن گذشته استدلال یا سود یا مسئولیت‌پذیری اخلاقی بسیار متداول بود. در این میان بعضی از سازمان‌های کسب و کار با تأکید بر سود از مسئولیت‌پذیری اخلاقی بازماندند و بعضی دیگر نیز در جهت پذیرش مسئولیت‌های اخلاقی خویش به‌ناچار به سودآوری خود نپرداختند. اما دو موضوع بر تغییر این نگرش در دهه‌های پایانی قرن بیستم اثر مستقیم گذارد. نخست تجربه سازمان‌های کسب و کار در بحث اخلاق ورزی بود. مقایسه سود و زیان سازمان‌ها نشان می‌داد که اخلاق می‌تواند نقش قابل توجهی در سودآوری آن‌ها ایفا کند. سازمان‌ها دریافتند مسئولیت‌پذیری اخلاقی از طریق پیش‌بینی پذیر نمودن سازمان برای مشتریان، کارکنان و سایر ذی‌نفعان، موجب جلب اعتماد پایدار و عمیق محیط به سازمان می‌شود و از طریق تقویت ارتباط سازنده محیط با سازمان موفقیت در کسب و کار حاصل می‌گردد (قراملکی، ۱۳۹۸: ۵۳-۵۵).

دوم تعریف سازمان‌ها، بر اساس رویکرد سرمایه‌داری و بازار آزاد، به‌عنوان موجودیت‌هایی سودآور (Schmitz, 2015: 29) به‌تدریج رو به تغییر نهاد و توجه‌ها به سمت حکمرانی شرکتی، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی جلب شد. مطالبه از سازمان‌ها برای مسئولانه عمل کردن در قبال جامعه با گسترش روزافزون اثرگذاری آن‌ها بر محورهای تشکیل‌دهنده توسعه پایدار شدت گرفت و منجر به گنجانیدن موضوع مسئولیت‌پذیری اخلاقی در مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی و بازتعریف این مفهوم گردید.

جستجو در ادبیات نشان می‌دهد پژوهش‌های بسیاری بر موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی صورت گرفته است (Zhang, 2019: 563)، که بخش قابل توجهی از آن معطوف به شرکت‌های با ابعاد بزرگ است (Turyakira, 2017: 465). اما در عمل توجه معناداری به عوامل مؤثر بر سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی و قابلیت سازمان‌ها در نشان دادن التزام خود به این موضوع نشده است و حجم عمده پژوهش‌ها معطوف به رابطه و اثر مسئولیت اجتماعی شرکتی با عملکرد مالی و همچنین سایر دستاوردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای شرکت‌ها (Luhmann, 2016: 682) و بیان اهمیت رو کردن سازمان‌ها به این موضوع بوده است.

زمان آن رسیده است که به جای این که پرسیم آیا باید سازمان مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشته باشد؟ پرسیم چگونه سازمان بایستی به سمت این مسئولیت‌پذیری حرکت کند؟ یا چه عوامل و متغیرهایی (Zhang, 2019: 563) بر این موضوع اثرگذار است؟ به عبارتی فاکتورهای مؤثر بر تصمیم‌گیری در خصوص حرکت سازمان به سمت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عمل کدام‌اند؟ (Velte, 2017: 1017) با توجه به مسئله فوق در این مقاله پرسش‌های پژوهش شامل موارد زیر می‌باشد که در ادامه بدان پرداخته شده است:

۱. مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان پروژه محور به چه معناست و شامل چه ابعادی است؟

۲. چه عواملی بر سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان پروژه محور اثر می‌گذارد؟

۲. مبانی نظری پژوهش

ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتی

تعریف‌های متعددی از مسئولیت اجتماعی شرکتی بیان شده است و تعریف جامع و یکسانی درباره آن وجود ندارد (Liu, 2017: 93). به نظر می‌رسد عمده این تنوع ناشی از سیر تحول تاریخی این مفهوم می‌باشد. در یک تعریف که از چندین تعریف مختلف مسئولیت

اجتماعی شرکتی استنتاج شده است، این مفهوم تلاشی از سوی سازمان‌ها برای بهبود کلیه فعالیت‌های خویش با نظر به پنج محدوده مهم در نظر گرفته شده است که به ترتیب اهمیت شامل ذی‌نفعان، اجتماعی، اقتصادی، بشردوستانه و محیط‌زیستی می‌باشد (Luhmann, 2016: 677).

در تعریفی دیگر می‌توان گفت مسئولیت اجتماعی شرکتی به معنای مسئولیت سازمان‌ها و شرکت‌ها در مقابل ذی‌نفعان خویش در حیطه امور اقتصادی، قانونی، اخلاقی و انسانی است و لذا خواستگاه آن کمتر از سوی ذی‌نفعان داخلی و بیشتر از سوی ذی‌نفعان خارجی شامل جوامعی با انتظارات عمومی و دولت‌ها با انتظار مشروعیت اجتماعی می‌باشد، ضمن این‌که به نظر می‌رسد در این مفهوم و ابعاد آن بسته به کشورهای مختلف تفاوت‌هایی وجود دارد. در این تعریف مسئولیت اقتصادی به معنای سودآوری و تأمین نیازهای مصرفی، مسئولیت قانونی به معنای عملکرد در چهارچوب قوانین و مقررات، مسئولیت اخلاقی به معنای التزام سازمان به قوانین اخلاقی به منظور بهبود اخلاق و رفتار در جامعه و مسئولیت انسانی به معنای انجام اقدامات داوطلبانه، که از منظر ذی‌نفعان معیار شهروندی خوب بودن است، می‌باشد (Stefano, 2017: 551).

در دهه ۱۹۵۰ میلادی گفتمان محدودی درباره مسئولیت اجتماعی شرکتی به وجود آمد (Carroll, 2010: 86) که متمرکز بر ارتباط آن با منافع خود سازمان بود، اما با ظهور جنبش‌های اجتماعی نظیر حقوق شهروندی، حقوق زنان و حقوق مصرف‌کنندگان در آمریکا در دهه ۱۹۶۰ میلادی، این موضوع ابعاد گسترده‌تری پیدا کرد (Carroll, 2010: 87) و به تدریج تا دهه ۱۹۸۰ میلادی تعریف و کانسپت کاملاً جدیدی به خود گرفت (Carroll, 2010: 88) و بحث انواع مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی، اجتماعی، انسانی و بشردوستانه در آن مطرح شد (Carroll, 2010: 89) و اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی با انگیزه کسب حسن شهرت و مشروعیت بین عموم، که در نهایت منجر به ایجاد مزیتی رقابتی می‌گردد، برای سازمان‌ها مطرح گردید.

در ادامه ابعاد و گستردگی این مفهوم از این همه فراتر رفت و از حدود ابتدای سال ۲۰۰۰ میلادی بحث مسئولیت اجتماعی شرکتی، نه به لحاظ ایجاد مزیت رقابتی، بلکه فراتر از آن به لحاظ اهمیت راهبردی در خلق ارزش برای سازمان، وارد مباحث استراتژیک سازمانی گردید (Latapi Agudelo, 2019: 3) و فراتر از سطوح ملی در سطوح بین‌المللی مورد توجه خاص سازمان‌ها قرار گرفت (Eteokleous, 2016: 580). ضمن این‌که به تدریج نظر به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی از انحصار سازمان‌های بزرگ خارج گردید و به تدریج به اهمیت و دستاوردها و پیامدهای آن در سازمان‌های با مقیاس متوسط و کوچک نیز پرداخته شد (Vázquez-Carrasco, 2012: 3205; Vo, 2011: 89). مجموعه این تحولات مفهومی را می‌توان در قالب چهار دسته نظریه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل موارد زیر بیان نمود:

نظریه‌های ابزاری: بر اساس این نظریه‌ها سازمان ابزاری برای سودآوری است و تنها مسئولیت آن نسبت به جامعه به حداکثر رساندن سود سهامداران شرکت در چهارچوب قانون و همچنین اصول اخلاقی جامعه است (Faller, 2016: 20).

نظریه‌های سیاسی: بر اساس این نظریه‌ها آنچه منجر به ادامه‌دار بودن فعالیت و رشد سازمان‌ها می‌شود تعامل آن‌ها با جامعه است. لذا حفظ جایگاه سازمان در گروه پذیرش مسئولیت ذاتی آن در قبال جامعه و مسئولیت اجتماعی ناشی از میزان قدرت اجتماعی سازمان است (Lee, 2008: 58).

نظریه‌های یکپارچه: بر اساس این نظریه‌ها از آنجایی که سازمان برای شکل‌گیری، رشد و پایداری خود وابسته به نیازهای جامعه است، لازم است سازمان این نیازها را در نظر بگیرد (Lee, 2008: 59).

نظریه‌های اخلاقی: بر اساس این نظریه‌ها سازمان باید مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به‌عنوان یک تعهد اخلاقی بپذیرد، لذا سازمان با انجام اعمال شایسته و رعایت اصول مطلوب، در رسیدن به جامعه‌ای خوب همراهی و کمک می‌کند (Lee, 2008: 60). نظریه‌های هنجاری دینفعان و توسعه پایدار از جمله این دسته نظریه‌ها هستند.

با توجه به توضیحات فوق شایع‌ترین تعریف مسئولیت اجتماعی شرکتی (Kakabadse, 2005: 281; Stefano, 2017: 551) شامل چهار بعد اصلی زیر می‌باشد:

اقتصادی: اولین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان بعد اقتصادی و از جمله شامل این نمودهاست: رویه‌های مناسب پاسخ به شکایات مشتریان در کسب و کار پیش‌بینی شده است، کیفیت محصولات و خدمات به صورت مداوم بهبود می‌یابد، رضایت مشتری نشانگر عملکرد کسب و کار است، همواره برای کاهش هزینه‌های عملکردی تلاش می‌شود، بهره‌وری کارکنان از نزدیک تحت نظر است، مدیریت استراتژی‌های بلندمدتی برای کسب و کار بنیان نهاده است.

قانونی: دومین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان بعد قانونی است که بر اساس آن سازمان ملزم است در چهارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کند، مقرراتی که جامعه تعیین کرده است و تمام شهروندان و سازمان‌ها موظف به احترام به آن به‌عنوان ارزش اجتماعی هستند. این بعد از جمله شامل این نمودهاست: مدیران از قوانین محیطی مرتبط آگاه هستند، کلیه محصولات و خدمات با استانداردهای قانونی مطابقت دارند، الزامات قراردادی همواره مورد توجه قرار می‌گیرند، مدیران سازمان سعی می‌کنند همواره مطابق با قانون عمل کنند، شرکت از تمام قوانین استخدام و مزایای کارکنان پیروی می‌کند، برای تنوع بخشیدن به نیروی کار از نظر سن، جنس، نژاد و ... برنامه‌هایی طرح‌ریزی شده است، سیاست‌های داخلی سازمان از ایجاد تبعیض در جریمه و ارتقای کارکنان ممانعت به عمل می‌آورد.

اجتماعی: سومین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان بعد اجتماعی است و مجموعه تعهداتی را در برمی‌گیرد که سازمان باید برای حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه رعایت وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهد. این بعد از جمله شامل این نمودهاست: یک کد استاندارد رفتاری در کسب و کار پیش‌بینی شده است، اعضای سازمان از استانداردهای حرفه‌ای پیروی می‌کنند، مدیران ارشد اثرات منفی بالقوه فعالیت‌های سازمان بر جامعه را تحت نظر دارند، شرکت به‌عنوان یک سازمان قابل اعتماد شناخته می‌شود،

انصاف در مقابل همکاران و شرکای کسب و کار بخش جدایی‌ناپذیر فرایند ارزیابی استخدام است، برای امکان گزارش دهی هرگونه مشکل و آزار کارکنان مانند سرقت یا آزار جنسی یک‌رویه محرمانه مناسب پیش‌بینی شده است، کارکنان موظفند اطلاعات جامع و دقیق در اختیار مشتریان قرار دهند.

اخلاقی: چهارمین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان بعد اخلاقی است. در این زمینه از سازمان انتظار می‌رود همچون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و باورها احترام گذارده و شئون اخلاقی را در فعالیت‌هایش لحاظ کند. این بعد از جمله شامل این نمودهاست: حقوق پیشنهادی سازمان از میانگین حقوق در صنعت مربوطه بیشتر است، کسب و کار از کارکنانی که به دنبال ارتقای تحصیلی و آموزشی هستند حمایت می‌کند، کسب و کار کارکنان را به پیوستن به سازمان‌های مدنی تشویق می‌کند، سیاست‌های منعطف شرکتی به کارکنان در هماهنگی کردن کار و زندگی شخصی یاری می‌رساند، کسب و کار همکاری کافی با خیریه‌ها دارد، برای کاهش ضایعات مواد و مصرف انرژی برنامه‌هایی طرح‌ریزی شده است، مشارکت با کسب و کارهای محلی و آموزشگاه‌ها مورد حمایت و تشویق است، از فعالیت‌های ورزشی و فرهنگی محلی پشتیبانی می‌شود.

عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی

همان‌گونه که در مقدمه ذکر شد بررسی تأثیر عوامل مختلف بر سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی یا به عبارتی فاکتورهای اقتضایی مرتبط، که بر طراحی استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی اثر دارند، موضوع مهمی است که، در مقایسه با پژوهش‌های بسیار صورت گرفته بر دستاوردهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بررسی آن‌ها به‌عنوان عاملی انگیزشی برای شرکت‌ها، کمتر بدان پرداخته شده است (Luhmann, 2016: 682).

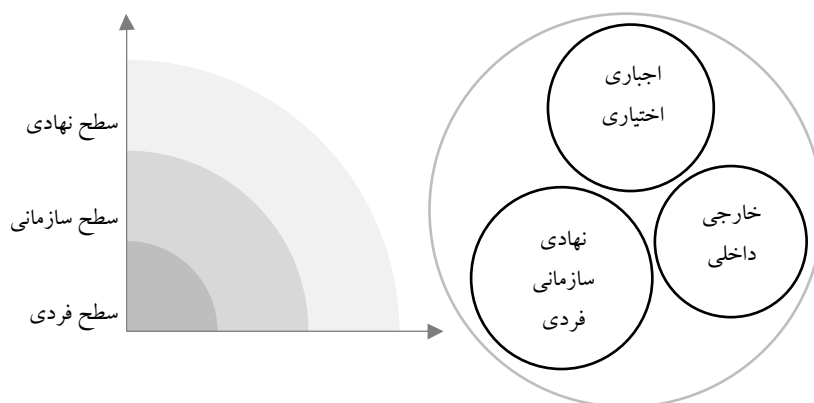
هرچند اقدامات مسئولیت اجتماعی به‌ویژه در شرکت‌های قدیمی‌تر، ضمن دربرداشتن هزینه، می‌تواند فرایندهای مدیریتی را مختل و دچار نوعی عدم تمرکز سازد، لکن باعث

گسترش منابع کسب و کار، خلق ارزش و ایجاد پوشش بیمه‌ای در قبال ریسک‌ها، خطرات و آسیب‌های احتمالی به اعتبار شرکت می‌شود (Faller, 2016: 20; Latapi Agudelo, 2019: 25). لزوم این بررسی با نگاهی به افزایش چشمگیر در تعداد و اهمیت شاخص‌های مختلف مرتبط با موضوع پایداری در سال‌های اخیر، به‌عنوان مثال شاخص جهانی پایداری داو جونز که بحث مسئولیت اجتماعی شرکتی در آن‌ها مورد توجه است، ملموس‌تر می‌شود و به‌مرور زمان شرکت‌های بزرگ بیشتری با سرمایه‌گذاری در بخش مسئولیت اجتماعی و راه‌اندازی سیستم‌های اطلاعاتی و ارزیابی خاص این بخش، به دنبال کسب رتبه‌های بالاتر در شاخص‌های پایداری هستند.

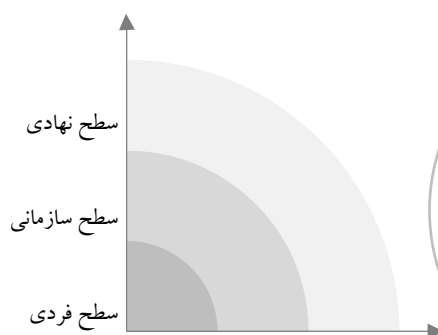
پرسشی که مطرح می‌شود این است که چه عواملی در ایجاد این حرکت مؤثر هستند؟ دسته‌بندی‌های کلی مختلفی از این عوامل ارائه شده است (شکل ۱). از یک منظر می‌توان این عوامل را در قالب دو دسته عوامل اجباری و عوامل اختیاری مورد بحث قرار داد. منظور از عوامل اختیاری آن مواردی است که منجر می‌شود سازمان خود مشتاقانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بپذیرد و از جمله می‌تواند مواردی نظیر همسوسازی ارزش‌های فردی و اجتماعی با مسئولیت اجتماعی شرکتی یا حس رضایت و تأمین روحی و روانی ناشی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشد (Aguinis, 2012: 947). از منظری دیگر می‌توان این عوامل را درون دو دسته عوامل خارجی و عوامل داخلی در نظر گرفت (Vázquez and Carrasco, 2012: 3214) مانند تفکیک عامل ساختار حکمرانی شرکت به حکمرانی خارجی شرکت و حکمرانی داخلی شرکت.

در این پژوهش مرور ادبیات ما را به سمت سه مقوله عمده در زمینه عوامل مؤثر بر سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی رهنمون ساخت که شامل دسته اول عوامل مؤثر در سطح نهادی، دسته دوم عوامل مؤثر در سطح سازمانی و دسته سوم عوامل مؤثر در سطح فردی (و گروهی) می‌باشد و به نظر می‌رسد می‌تواند ضمن ارائه طرح جامع‌تری از مجموعه این عوامل، دید روشن‌تری از میزان در اختیار بودن بسیاری از

متغیرها، که در نگاه اول اجباری و غیرقابل کنترل می‌رسد، و امکان برهم کنش سطوح بر یکدیگر فراهم سازد (شکل ۲).



شکل ۱- انواع دسته‌بندی از عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت



شکل ۲- سه سطح عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت

تفاوت عملکرد شرکت‌ها در قبال موضوع مسئولیت اجتماعی معمولاً در اولین نظر متوجه فشارهای نهادی وارد بر آنها می‌باشد و به همین دلیل حجم پژوهش‌های صورت گرفته بر عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سطح نهادی بیشتر از سایر سطوح می‌باشد و در سطوح سازمانی و فردی کمتر به این مقوله توجه شده است. طبق تعریف (Scott, 2014: 56) از پژوهشگران مطرح در زمینه رابطه بین سازمان‌ها و محیط نهادی، نهادها مجموعه المان‌های تنظیمی، هنجاری و فرهنگی - شناختی هستند که همراه با فعالیت‌ها و منابع مرتبط، ثبات و معنا را برای زندگی اجتماعی فراهم می‌کنند. تمام مقاله‌هایی که در سطح نهادی به عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته‌اند، لاقلاً به یکی از این سه ستون زیربنای نهادها (المان‌ها) که در کتاب (Scott, 2014: 59) بدان پرداخته شده است، اشاره کرده‌اند، المان‌هایی که (North, 1993: 11) تحت عنوان نهاد‌های رسمی و غیررسمی بدان اشاره نموده است.

در سطح نهادی شرکت‌ها برای رسیدن به حدی از انطباق با این سه ستون زیربنای نهادها، با تعدیل رفتارها و ساختارهای سازمانی خود به فشارهای نهادی پاسخ می‌دهند. بنابراین تعهد شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی شرکتی پاسخی به فشارهای نهادی است (Faller, 2016: 20). فشارهایی که عناصر متعدد قانونی، اقتصادی، فرهنگی (Eteokleous, 2016: 584) و سیستم‌های مالکیتی و حکمرانی (Ali, 2017: 275, 288) را در برمی‌گیرد. یادآور می‌شود در سطح نهادی در زمینه عوامل بین‌المللی و بین‌کشوری پژوهش‌چندانی نشده است (Velte, 2020: 1) که جای پژوهش دارد.

همان‌گونه که ذکر شد پژوهش‌های صورت گرفته در سطح سازمانی کمتر از سطح نهادی است و عمده توجهی نیز که به عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سطح سازمانی گردیده است ناشی از تجربه اثر هرچند اندک آن در موفقیت مالی سازمان بوده است. این در حالی است که پژوهش (Aguinis, 2012: 951) نشان داد رو کردن سازمان‌ها به مسئولیت اجتماعی شرکتی ناشی از فشارهای نهادی و بدون توجه به اثر عوامل در سطوح سازمانی و فردی باعث انجام اقدامات منفک و جدا از هم مسئولیت اجتماعی در شرکت می‌شود، یعنی فعالیت‌هایی که هیچ ارتباطی به فعالیت‌های اصلی شرکت و هسته آن ندارد.

در سطح فردی نیز پژوهش‌ها به مراتب کمتر از دو سطح قبلی است، درحالی‌که بایستی توجه داشت تمایز بین این سطوح از عوامل نباید ارتباط موثق میان آن‌ها را از دیدگان دور سازد و این تمایز بیشتر مفهومی است. در ادامه جمع‌بندی مجموعه عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سه سطح تشریح شده فوق، بیان شده است.

سطح نهادی: میزان توسعه‌یافتگی کشور از جمله توسعه فناوری و نوآوری (Luhmann, 2016: 679) به‌ویژه در جنبه‌هایی مانند حفظ محیط‌زیست عنصر اثرگذاری می‌باشد. در چنین فضایی به‌عنوان نمونه یک سازمان با کسب و کار ساخت‌وساز به پژوهش و توسعه برای طراحی ساختمان با مصرف بهینه انرژی و استفاده از روش‌های جدید و فناوری‌های سبز گرایش می‌یابد (Zhang, 2019: 570). اهدای جوایز از عناصر بسیار مورد

توجه و مؤثر در کشورهای توسعه یافته است که در که در کشورهای در حال توسعه هم مغفول مانده است و هم اثرگذاری کمتری داشته است (Ali, 2017: 288)، امکان رقابت در صنعت نیز از شاخصه‌های توسعه‌یافتگی و از عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی ذکر شده است (Luhmann, 2016: 678; Latapi Agudelo, 2019: 35).

در سطح نهادی ساختار حکمرانی عمومی نیز اهمیت دارد. برخلاف ساختار حکمرانی شرکت که در پژوهش‌های بسیار بر آن بحث شده است و در ادامه در سطح سازمانی آمده است، در این سطح در زمینه ساختار حکمرانی عمومی و اثرگذاری آن کمتر سخن به میان رفته است. در عوض با اشاره به تغییر نقش سازمان‌های غیردولتی و جایگاه رو به رشد و تعیین‌کننده آنان در حکمرانی عمومی (Nijhof, 2008: 153)، بیشتر در خصوص این سازمان‌ها و نقش آن‌ها حتی در فراتر از حکمرانی عمومی در مباحث حکمرانی جهانی (Voegtlin, 2016: 188) بحث شده است که با توجه به بستر مطالعات صورت گرفته (اغلب در کشورهای توسعه یافته) این موضوع منطقی به نظر می‌رسد. ضمن این که این عامل با سایر عوامل ذکر شده در این سطح همپوشانی دارد.

مجموعه عوامل ناشی از فشارهای نهادی رسمی دولتی از جمله شامل خط‌مشی‌های حکومتی (Zhang, 2019: 8)، رژیم حقوقی کشور (Velte, 2017: 1022)، قوانین و مقررات (Vázquez-Carrasco, 2012: 3213) و ضمانت اجرای آنها، تصمیمات قضایی (Faller, 2016: 20)، استانداردها و گواهی‌نامه‌های صلاحیت (Eteokleous, 2016: 594)، تحریم‌های فعلی و احتمالی آتی و انتظارات حکومت از عموم مردم از جمله عوامل اثرگذار می‌باشند. در رژیم‌های حقوقی مدون یا رژیم‌های مبتنی بر قانون مدنی جهت‌گیری عمومی به سمت حمایت از عموم ذی‌نفعان و در مقابل در رژیم‌های حقوقی مشترک جهت‌گیری عمومی به سمت حمایت از سهامداران می‌باشد (Velte, 2020: 4). طبق پژوهش (Velte, 2020: 11) در رژیم‌های حقوقی متمرکز بر سهامداران رفتارهای فرصت طلبانه بیشتر بروز می‌کند.

پژوهش (Aguinis, 2012: 940) بیان می‌کند ماهیت قهری نهادهای رسمی دولتی منجر به رو آوردن سازمان‌ها به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی به صورت نمادین و نه حقیقی آن می‌گردد، چنین سازمانی به حداقل الزامات قوانین و مقررات بسنده می‌کند، هرچند موفق می‌شود به حسن شهرت و وفاداری نسبی ذی‌نفعان دست یابد.

(Latapi Agudelo, 2019: 36; Vázquez-Carrasco, 2012: 3214; Nijhof, 2008: 163) پژوهش‌هایی هستند که بر اثر فشارهای وارد از سوی نهادهای رسمی غیردولتی تأکید نموده‌اند. پژوهش (Nijhof, 2008: 165) مشارکت با سازمان‌های غیردولتی شهری و عمومی را، که عملکرد سازمان را در معرض دید موشکافانه سازمان‌های غیردولتی قرار می‌دهد، اثرگذارترین عامل بر مسئولیت اجتماعی شرکتی عنوان کرده است. (Turyakira, 2017: 466) بیان می‌دارد این مشارکت به سازمان امکان ایجاد تصویری بهتر از خویش در مقابل دیدگان جامعه می‌دهد و به ارتقای وفاداری مشتریان کمک می‌کند.

صنعت مرتبط به سازمان (Luhmann, 2016: 682; Eteokleous, 2016: 594; Ortiz-Avram, 2018: 260) و ابعاد صنعت (Ali, 2017: 275)، بازار (Vázquez-Carrasco, 2012: 3206) و سهم سازمان از آن (Vo, 2011: 92) از دیگر موارد هستند.

در پژوهش‌ها اثرگذاری عناصر مختلفی از مجموعه فشارهای نهادی غیررسمی مورد تأکید قرار گرفته است. از جمله به اثرگذاری دسته‌های ذی‌نفعان (Turyakira, 2017: 465; Velte, 2017: 1018) نظیر مشتریان به‌عنوان عامل کلیدی (Zhang, 2019: 572)، سرمایه‌گذاران بالقوه نهادی (Faller, 2016: 24; Velte, 2020: 11) که درباره مسئولیت اجتماعی درخواست اطلاعات بیشتری از سازمان می‌کنند و سازمان با رتبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمتر برای آن‌ها سرمایه‌گذاری پرخطر است (Velte, 2017: 1030)، مصرف‌کنندگان (Zhang, 2019: 570)، گروه‌های فعال مستقل، جامعه رسانه‌ای (Eteokleous, 2016: 595) و میزان مشروعیت (Velte, 2020: 11)، آزادی و شفافیت

۱۰۰ | فصلنامه علمی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی | سال چهاردهم | شماره ۵۳ | زمستان ۱۴۰۱

رسانه‌ای (Velte, 2017: 1029; Ali, 2017: 275)، جامعه محلی، محیط اجتماعی و فرهنگی هر کشور (Aguinis, 2012: 952) و هر نهاد مرتبط دارای مشروعیت و قدرت (Schmitz, 2015: 36) اشاره شده است.

سطح سازمانی: شکل قانونی سازمان (Faller, 2016: 20) و ساختار مالکیت آن (Velte, 2017: 1030)، بر احتمال و شدت اثرگذاری سهامداران و شرکا بر مسئولیت اجتماعی شرکتی مؤثر است (Schmitz, 2015: 33; Zhang, 2019: 577). در سطح سازمانی ساختار حکمرانی سازمان از جمله موارد بسیار مورد توجه بوده است (Schmitz, 2015: 33; Velte, 2017: 1060; Ali, 2017: 273; Velte, 2020: 18; Abdulkadir, 2020: 818).

اندازه و ترکیب هیأت مدیره و تنوع آن، که پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ میلادی به‌عنوان یک متغیر اصلی حاکمیت شرکتی در پژوهش‌های حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی بسیار مهم می‌شود (Velte, 2020: 818)، شامل ترکیب جمعیتی آن (Eteokleous, 2016: 592) و میزان استفاده از افراد با ملیت‌های مختلف، تنوع جنسیتی، ترکیب مدیران خارج از مجموعه سهامداران (Aguinis, 2012: 941) و میزان استقلال هیأت مدیره، که از الزامات اثربخشی آن محسوب می‌شود، طول دوره تصدی مدیرعامل، کمیته‌های هیأت مدیره و مشخصات کمیته حسابرسی شرکت، که بر عملکرد هیأت مدیره اثر دارد، (Velte, 2017: 1030)، شیوه پرداخت به هیأت مدیره و ساختار سازمانی رسمی یا غیررسمی سازمان (Vázquez-Carrasco, 2012: 3215) از جمله این مجموعه عواملند.

پژوهش (Aguinis, 2012: 943) بیان می‌کند که به‌کارگیری تعداد بیشتری از بانوان در سازمان، شرکت‌ها را به پذیرش مسئولیت اجتماعی خویش بیشتر سوق داده است. مشخصات سازمان و ویژگی‌هایی نظیر ابعاد و اندازه سازمان، قابلیت سودآوری آن، میزان قدرت و نفوذ سازمان و سن سازمان (Ali, 2017: 289) هم از عوامل اثرگذار در این سطح می‌باشد. به نظر می‌رسد شرکت‌های با اندازه متوسط و کوچک بیشتر تمایل دارند که تنها به دلایل اخلاقی، برای داشتن حسی بهتر، رضایت از خویش و به این دلیل که کار درست

را باید انجام داد، مسئولیت اجتماعی خویش را بپذیرند (Ali, 2016: 682; Luhmann, 2016: 682; Velte, 2020: 4; 2017: 275).

پتانسیل سازمان برای به استراتژی درآوردن مسئولیت اجتماعی شرکتی (Eteokleous, 2016: 596) نیز از عوامل مؤثر بر آن می‌باشد. در این راستا برنامه‌ریزی استراتژیک رسمی به مدیریت در تعیین مسیر استراتژیک صحیح و متناسب با کل سازمان کمک می‌کند (Latapi Agudelo, 2019: 20). جهت‌گیری فرهنگی سازمان (Eteokleous, 2016: 596) نیز از دو منظر جهت و شدت بر مسئولیت اجتماعی شرکتی مؤثر است. زیرا این دو منظر بر شیوه‌ای که اعضای سازمان در ارتباط با حقوق و مسئولیت‌های خود و بقیه مردم عمل می‌کنند، اثر می‌گذارد (Aguinis, 2012: 956). در این زمینه میزان درونی و نهادینه شدن این جهت‌گیری در سازمان و عقاید غالب در بدنه سیاست‌گذاری شرکت یا همان ایدئولوژی‌های سازمانی نیز حائز اهمیت است.

سطح فردی: ویژگی‌های فردی مالکان سازمان که به‌عنوان عوامل اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در ادبیات بدان اشاره شده است از جمله عبارت‌اند از کاراکتر و ارزش‌های اخلاقی و اصول مالکان (Vázquez-Carrasco, 2012: 3214; Ortiz-Avram, 2018: 259) به‌ویژه در شرکت‌های متوسط و کوچک (Turyakira, 2017: 3)، نوع رابطه مالکان اصلی با سهامداران، میزان آگاهی مالکان از تبعات و هزینه‌های مسئولیت‌ناپذیری و کلاً مجموعه عوامل داخلی و خارجی مرتبط با موضوع (Ortiz-Avram, 2018: 259). طبق پژوهش (Vo, 2011: 91) اثرگذارترین عامل حتی در مقایسه با محیط نهادی و ذی‌نفعان خود مالکان هستند که کنترل کاملی بر سازمان دارند و ارزش‌ها و باورهای آن‌ها اغلب تبدیل به اقدامات واقعی شده و بر فرهنگ کل سازمان هم اثر می‌گذارد.

ویژگی‌های فردی مدیران سازمان عامل اثرگذار دیگری در سطح فردی است. از جمله این ویژگی‌ها که در ادبیات بدان اشاره شده است عبارت‌اند از: روحیه رقابتی اجتماعی و اقتصادی مدیر (Vázquez-Carrasco, 2012: 3214)، آگاهی مدیر از تبعات

مسئولیت‌ناپذیری (Ortiz-Avram, 2018: 259)، گرایش‌های مدیر (Eteokleous, 2016: 603)، اولویت‌ها (Velte, 2019: 1301) و ارزش‌های وی (Turyakira, 2017: 464)، انگیزه‌های معنوی، قدر و اهمیت ارزش‌های ذی‌نفعان برای مدیر و حس بشردوستی و نوع‌دوستی وی (Luhmann, 2016: 684)، همسویی ارزش‌های مدیر با ارزش‌های سازمانی (Aguinis, 2012: 948) و ظرفیت و تجربه مدیریت وی (Vázquez-Carrasco, 2012: 3215).

ویژگی‌های فردی منابع انسانی و کارکنان سازمان هم به‌عنوان عوامل اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در ادبیات مورد اشاره بوده است. این ویژگی‌ها از جمله عبارت‌اند از: همسویی ارزش‌های فردی با ارزش‌های سازمانی (Aguinis, 2012: 952; Voegtlin, 2016: 192)، نیاز به بروز اشکال شخصی از قدرت و هویت، خودمختاری، دغدغه‌های شخصی افراد برای اجتماع و محیط‌زیست، حساسیت نسبت به پیوندهای اجتماعی و خویش را عضوی از جامعه دانستن، تمایل به انجام کارهای خیر، شایستگی، نیازهای روحی و روانی مانند حس احترام و ارزش به خویش (Gond, 2017: 229)، آموزش و آگاهی از جنبه‌های عملی موضوع نظیر خطوط راهنمای مسئولیت اجتماعی شرکتی و فشار رقابت داخلی در سطح فردی. به عقیده (Aguinis, 2012: 947) ارزش‌های شخصی چه آگاهانه و چه ناآگاهانه بخشی از فرایند تصمیم‌سازی افراد است و لذا درک اثر آن‌ها بر مسئولیت اجتماعی شرکتی مهم است.

۳. روش‌شناسی

رویکرد انجام پژوهش رویکردی کیفی و شامل مرور ادبیات، مصاحبه با خبرگان و اعتبارسنجی با متد دلفی (شکل ۳) می‌باشد که مراحل آن در ادامه تشریح شده است:



شکل ۳- روش شناسایی پژوهش

روش مرور ادبیات

با توجه به تعداد قابل توجه پژوهش‌های مرور ادبیات صورت گرفته در این موضوع، که در ادامه به جزئیات آن پرداخته شده است، بخش مرور ادبیات این پژوهش بر پایه مطالعه و مرور محتوای پژوهش‌های مروری صورت گرفته بر مقاله‌های منتشرشده در ژورنال‌های گوناگون در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی در زمینه خاص عوامل مؤثر بر سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی، که به زبان انگلیسی نوشته شده‌اند، می‌باشد.

روش مرور پژوهش‌های مروری صورت گرفته در یک موضوع تحت عناوین مختلفی مانند مرور چتری، مرور مرورها، خلاصه‌ای از مرورهای سیستماتیک و غیره در

ادبیات ذکر شده است (Aromataris, 2015: 133). در این مقاله از عنوان مرور چتری استفاده می‌شود. وقتی تعداد پژوهش‌های مروری در یک موضوع زیاد باشد، انجام مرور چتری پژوهشگر را از انجام کار پژوهشی مروری تکراری فارغ می‌سازد. هدف اصلی از مرور چتری خلاصه نمودن مجموعه یافته‌های مقالات مروری انجام شده است، به نحوی که نمایی جامع از مجموعه اطلاعات موجود در موضوع مورد نظر به دست بیاید (Torres, 2018: 805).

مرور چتری نیز باید سیستماتیک باشد و متدولوژی مرور شفاف بیان گردد (Torres, 2018: 805) تا شواهد ارائه شده معتبر باشد و فرایند بررسی ادبیات روشمند و قابل تکرار گردد (Tranfield, 2003: 208). با پیروی از شیوه‌ای مشابه متد پرزما (Moher¹, 2009: 264) مراحل زیر طی گردید:

شناسایی: شناسایی شامل انتخاب پایگاه‌های داده‌ای برای جستجو در ادبیات، تعیین معیارهای جستجو شامل زبان و نوع منبع و کلمه‌های کلیدی، و در نهایت جستجو بر اساس این معیارها در پایگاه‌های داده‌ای منتخب می‌باشد. در این مقاله پایگاه‌های داده‌ای منتخب برای مرور چتری سه پایگاه داده آنلاین گوگل اسکولار، اسکوپوس و وب‌آوساینس می‌باشند. گوگل اسکولار و وب‌آوساینس هر دو از متداول‌ترین پایگاه‌های داده میان پژوهشگران در حوزه‌های گوناگون می‌باشند (Xiao, 2019: 93). اسکوپوس که در سال ۲۰۰۴ توسط السویر راه‌اندازی شد نیز بخش بزرگی از مقاله‌های علمی را در خود جای داده است (Falagas, 2008: 338; Vieira, 2009: 593).

از آنجایی که مقالات چاپ شده در ژورنال‌های علمی و پژوهشی، که در پایگاه‌های داده‌ای معتبر منتشر می‌شوند، پژوهش‌هایی با کیفیت بالا و معتبرترین منابع مرور ادبیات‌اند (Xiao, 2019: 94; Rowley, 2004: 32)، در این مقاله این مقالات در مرور ادبیات لحاظ گردیدند.

با توجه به این که هدف یافتن مقاله‌هایی است که مسئولیت اجتماعی شرکتی موضوع اصلی مقاله و نه موضوع جنبی آن است و از طرفی جهت اطمینان از شمول کلیه منابع مرتبط با موضوع، "corporate social responsibility" در عنوان مقالات در سه پایگاه داده‌ای فوق مورد جستجو قرار گرفت. در نتیجه این جستجو حدود ۸۶،۹۰۰ رکورد در گوگل اسکولار، ۷،۹۵۰ رکورد در اسکوپوس و ۴،۸۰۱ رکورد در وب‌آوساینس یافت شد. با توجه به تعداد رکوردها و احتمال وجود پژوهش‌های مروری، کلمه‌های کلیدی "corporate social responsibility" و "review" به‌طور هم‌زمان در عنوان مقالات مورد جستجو قرار گرفت. بنابراین جستجو در ادبیات در منابع با زبان اصلی انگلیسی و از نوع مقاله‌های ژورنالی از تاریخ انتشار آنلاین هر پایگاه تا ۲۰ دی‌ماه ۱۳۹۹ انجام شد و در نتیجه آن ۲۴۲ رکورد در گوگل اسکولار، ۹۴ رکورد در اسکوپوس و ۶۳ رکورد در وب‌آوساینس یافت شد.

نتایج جستجو در سه پایگاه شامل جمعاً ۳۹۹ رکورد از طریق افزونه مندلی وارد این نرم‌افزار مدیریت منابع گردید و با شناسایی مقالات تکراری ۱۷۶ منبع تکراری بین پایگاه‌ها از نتایج جستجو حذف شد و جمع رکوردها به ۲۲۳ کاهش یافت. با کنترل رکوردهای باقی‌مانده در نرم‌افزار مندلی موارد خارج از شمول معیارهای جستجو شامل منابعی غیر از مقاله‌های ژورنالی مانند صفحات اینترنتی، گزارش و غیره (۸۵ رکورد) و مقاله‌های غیر انگلیسی (۹ مقاله) شناسایی و حذف گردید و ۱۲۹ مقاله باقی ماند.

غربالگری و اعتبارسنجی: غربالگری شامل مرور سریع عنوان و چکیده برای یافتن مقاله‌های مرتبط با موضوع و اعتبارسنجی شامل مرور محتوای مقاله‌های غربال‌شده و ارزیابی دقیق‌تر میزان ارتباط محتوای مقاله با موضوع می‌باشد.

این دو مرحله به شکل مرور عنوان و چکیده مقالات در نرم‌افزار مندلی و حذف ۶۱ مقاله در دور اول و مرور سریع محتوای کل مقاله‌های باقیمانده در نرم‌افزار سیتاوی، که نرم‌افزار مرور ادبیات کاملی است، و حذف ۴۶ مقاله در دور دوم صورت گرفت و کلیه مقالات نامرتب، که از جمله به رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتی با آثار پیاده‌سازی آن در

شرکت‌ها از جمله بر عملکرد شرکت، وضعیت مالی آن در حیطه‌های مختلفی مانند سلامت، انرژی و غیره پرداخته بودند یا مروری نبودند، حذف شد. نبایستی از نظر دور داشت که در هر حال بررسی و تصمیم‌گیری در خصوص شمول یا عدم شمول مقالات در مراحل مختلف نمی‌تواند کاملاً بی‌طرفانه بوده باشد (Tranfield, 2003: 215). در نهایت ۲۲ مقاله به شرح جدول ۱ انتخاب گردید.

جدول ۱- فهرست مقالات مرور ادبیات، تم موضوعی آن‌ها، پایگاه داده و دفعات ارجاع مقالات

ID.	(Author, year)	Theme			Database			Times cited		
		Institutional	Organizational	Individual	Scopus	Web of science	Google scholar	Scopus	Web of science	Google scholar
1	(Abdulkadir, 2020)		✓		✓		✓	0		0
2	(Aguinis, 2012)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1384	1326	3191
3	(Ali, 2017)	✓	✓		✓	✓	✓	176	156	341
4	(Eteokleous, 2016)	✓	✓		✓	✓	✓	35	28	76
5	(Faller, 2016)	✓			✓		✓	24		63
6	(Glavas, 2016)			✓		✓	✓		97	217
7	(Gond, 2017)			✓	✓	✓	✓	145	143	260
8	(Latapi Agudelo, 2019)	✓	✓		✓	✓	✓	12	9	17
9	(Liu, 2017)	✓					✓			0
10	(Luhmann, 2016)	✓	✓		✓	✓	✓	28	27	55
11	(Nijhof, 2008)	✓			✓	✓	✓	47	41	128
12	(Ortiz-Avram, 2018)	✓		✓	✓	✓	✓	25	26	50
13	(Turyakira, 2017)	✓		✓			✓			8
14	(Schmitz, 2015)	✓	✓		✓	✓	✓	30	29	84
15	(Stefano, 2017)			✓	✓	✓	✓	28	29	58
16	(Vázquez-Carrasco, 2012)	✓	✓		✓	✓	✓	61	51	169
17	(Velte, 2020)	✓	✓			✓	✓		0	0
18	(Velte, 2019)			✓	✓		✓	5		8
19	(Velte, 2017)	✓	✓		✓		✓	24		52
20	(Vo, 2011)	✓	✓		✓		✓	20		58
21	(Voegtlin, 2016)			✓	✓	✓	✓	93	86	232
22	(Zhang, 2019)	✓			✓	✓	✓	27	23	46

شمول: مرحله شمول شامل مرور دقیق و کامل محتوای مقالات نهایی است که بر ۲۲ مقاله منتخب انجام شد. محتوای مقالات با توجه به سه سطح عوامل یعنی سطوح نهادی، سازمانی و فردی مورد مطالعه و فیش برداری در نرم افزار سیتاوی قرار گرفت.

روش پژوهش و اعتبارسنجی

پس از توسعه مبانی نظری اولیه با مرور ادبیات، جهت تدقیق و متناسب سازی و توسعه چهارچوب نظری پژوهش در بستر شرکت های پروژه محور ایرانی، از شیوه مصاحبه پژوهشی نیمه ساختاریافته با خبرگان این موضوع استفاده گردید. مصاحبه های پژوهشی دارای مفروضاتی ضمنی درباره موقعیت است که به پژوهشگر امکان می دهد آنچه در ادبیات توصیف شده است را با بینش خبرگان مقایسه و آن را متناسب و تکمیل کند.

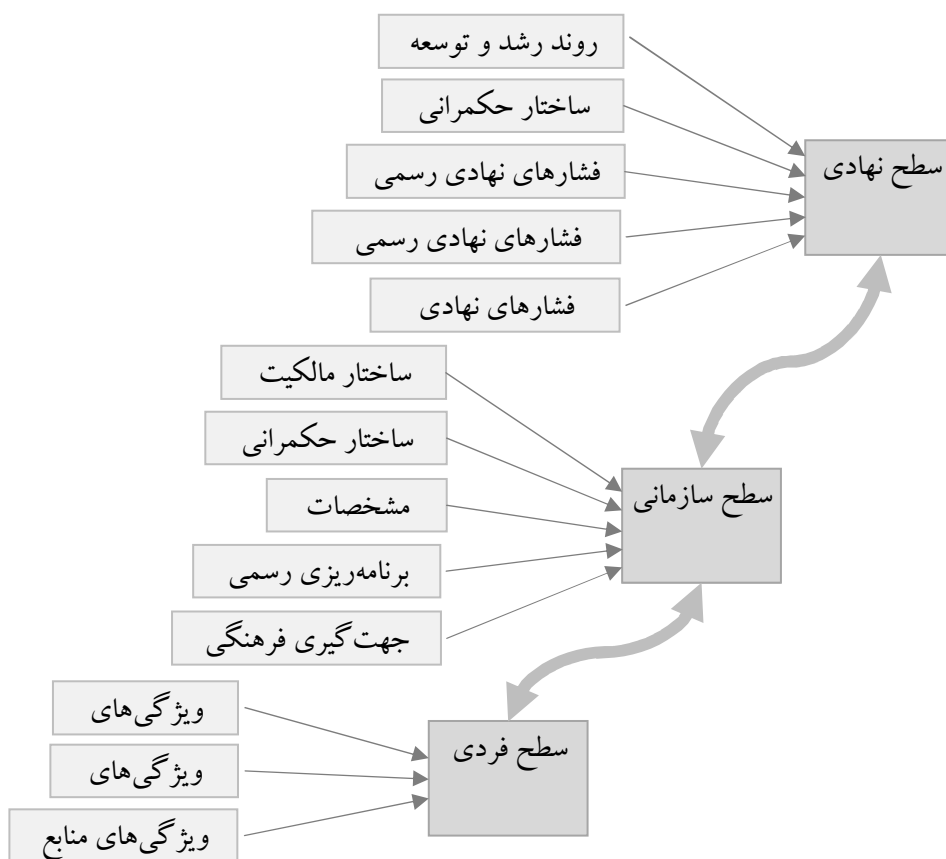
از آنجایی که موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی یک موضوع چندبعدی و دربرگیرنده مجموعه متنوعی از عوامل می باشد، برای اعتبارسنجی چهارچوب نظری توسعه یافته حاصل از مرور ادبیات و مصاحبه، از متد دلفی استفاده گردید. بدین صورت که با تهیه و توزیع پرسش نامه پژوهشی در دو دور، که پرسش نامه دور دوم پس از اعمال بازخوردهای حاصل از دور اول تهیه شده است، امکان ایجاد بحث و اجماع گروهی بین تعدادی خبره در موضوع پژوهش فراهم گردید (Landeta, 2006: 468)، شیوه ای کارا جهت استفاده از نظر خبرگان.

بدین منظور با توجه به چهارچوب نظری به دست آمده از مرور ادبیات و مصاحبه با خبرگان، در دور اول، پرسش نامه پژوهشی، که توسط خود پاسخ دهندگان تکمیل می شود، شامل پرسش در خصوص سه سطح عوامل و ۱۳ عدد عامل مؤثر بر سیاست ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی و شرح عامل ها، با تعیین محدوده پاسخ دهی از ۱ تا ۵ برای هر پرسش تهیه گردید. پاسخ یک به معنی کاملاً مخالف با اثر عامل و پاسخ ۵ به معنی کاملاً موافق با اثر عامل می باشد. به محض دریافت پاسخ های دور اول چهارچوب

نظری با توجه به بازخوردهای دریافتی موردبررسی و تجدیدنظر قرار گرفت و پرسش‌نامه دور دوم منطبق با این چهارچوب مجدد ارسال گردید تا در صورت تمایل نسبت به تغییر پاسخ‌های قبلی خود اقدام کنند. با توجه به تغییر نامحسوس پاسخ‌ها در دور دوم، پژوهش از دور اضافی توزیع بی‌نیاز گردید.

۴. یافته‌ها

پس از مرور ادبیات و انجام مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها، چهارچوب نظری اولیه شامل ۱۳ عامل مؤثر در سه سطح صورت‌بندی گردید (شکل ۴).



شکل ۴- چهارچوب نظری اولیه

با توجه به این چهارچوب و برای دستیابی به اجماع بر شرح و ارتباط این عوامل از پژوهش به روش دلفی استفاده گردید. ملاک اجماع و اتفاق نظر متخصصان این بود که هیچ‌یک از آن‌ها در خصوص شرح و ارتباط عامل کاملاً مخالف یا مخالف نباشند. فرض پژوهش بر این بود که چنانچه در موردی چنین وضعی وجود داشت، در آن مورد اتفاق نظر وجود ندارد. بنابراین بایستی بر اساس نکات اعلام شده متخصص، عنوان و شرح عامل موردبازنگری و پرسش مجدد قرار گیرد.

در دور اول تکمیل پرسش‌نامه‌ها بر ۸ مورد از ۱۳ مورد توافق حاصل نگردید که شامل ۱ مورد عدم توافق بر عنوان و شرح «ساختار حکمرانی عمومی»، ۳ مورد عدم توافق، بیشتر بر عنوان شامل «فشارهای نهادی رسمی دولتی»، «فشارهای نهادی رسمی غیردولتی» و «فشارهای نهادی غیررسمی» و ۴ مورد همپوشانی قابل توجه دو عامل «ساختار مالکیت سازمان» و «ساختار حکمرانی سازمان» و همچنین دو عامل «ویژگی‌های مالکان» و «ویژگی‌های مدیران» بود. با بازنگری و تکمیل عنوان و شرح این عوامل، چهارچوب نظری مجدداً مورد پرسش قرار گرفت و در نتیجه آن توافق بر همه عوامل حاصل شد که در ادامه در جدول‌های ۲ تا ۴ آمده است.

جدول ۲- شرح عوامل چهارچوب نظری نهایی (سطح نهادی)

عامل	شرح
۱. روند رشد و توسعه کشور	جهت‌گیری صعودی یا نزولی رشد و توسعه کشور، که شامل تمام زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی می‌شود، مسیر کلی حرکت سازمان‌ها در مسیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی را رقم می‌زند. روند رشد و توسعه کشور علاوه بر رشد اقتصادی، که اغلب متمرکز بر موضوعاتی چون رقابت و تخصیص منابع است و با شاخص‌هایی نظیر افزایش تولید ناخالص داخلی سنجیده می‌شود، همچنین بسیار وابسته به وضعیت رشد در سایر شاخص‌های توسعه و بهبود کلی کیفیت در جامعه است. کیفیت هم لزوماً اقتصادی نیست و معنایی فراتر از مصرف، که حوزه مورد توجه اقتصاد است، دارد. کیفیت مفهومی پیچیده و ازجمله شامل برخورداری از احساس ارزش و احترام در قالب یک جامعه، احساس شنیده شدن و دیده شدن، امکان دنبال کردن برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت و رؤیایها، امکان تحصیل و آموختن مهارت‌ها، امکان کارآفرینی و غیره می‌باشد. البته که رشد اقتصادی می‌تواند دستیابی به بسیاری از این خواسته‌ها را تسهیل نماید، اما متضمن دستیابی تمام و کمال و به‌ویژه پایدار به آن‌ها نیست. وقتی چنین کیفیتی در اولویت نباشد، انتظار مسئولیت‌پذیری دور از ذهن است.
۲. مناسبات دولت و جامعه	گر کل نظام اجتماعی را شامل دو بخش دولتی و غیردولتی و بخش غیردولتی را مشتمل بر سازمان‌های بخش خصوصی و جامعه مدنی بدانیم، مناسبات دولت و گروه‌های اجتماعی و نوع ارتباط این دو در برقراری گفت‌وگو و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مؤثر است. وقتی دولت به‌صورت عملی سازمان‌ها را به رسمیت می‌شناسد و با آن‌ها به‌عنوان قسمتی از اداره‌کنندگان فعال جامعه برخورد می‌کند، این سازمان‌ها برای آشنایی با رویکردهای مسئولیت اجتماعی توانمند و در آن دخیل می‌شوند و فعالیت بیشتری در زمینه تحقق آن انجام می‌دهند. زمانی دولت قادر است در عمل از گروه‌های اجتماعی بخواهد وظایف خویش در زمینه مسئولیت اجتماعی را به‌خوبی انجام دهند که خود برای عمل به وظایفش تلاش کرده باشد. اگر دولت رابطه‌ای یک‌طرفه با این گروه‌ها برقرار کند و آنان را فاقد قدرت تشخیص و ناتوان در تصمیم‌گیری، که باید مدیریت شوند، بداند، هم خود مسئولیتی متوجه آن‌ها نمی‌داند و هم این گروه‌ها مسئولیت‌پذیر نخواهند بود، زیرا معتقدند دولت باید به‌جای آن‌ها عمل نماید.
۳. نقش نهادی رسمی دولتی	قوانین، مقررات و آیین‌نامه‌ها و ضمانت اجرای آن‌ها به‌عنوان نهادهای رسمی دولتی با ایجاد چهارچوبی برای تصمیمات، بر سیاست‌گذاری و استراتژی سازمان‌ها در موضوع مسئولیت اجتماعی اثرگذار است. شایسته است این قوانین برخاسته از استراتژی کلان دولت در زمینه محیط‌زیست، حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی و به‌دوراز نگاه جزیره‌ای باشد. در چنین شرایطی سازمانی که می‌خواهد مسئولیت‌پذیر باشد، از دامنه انتخاب‌های خویش آگاه و قادر به برنامه‌ریزی است.

عامل	شرح
۴. کنش‌های غیردولتی رسمی	مشارکت سازمان‌ها با نهادهای رسمی غیردولتی مانند شهرداری‌ها، که می‌توان گفت به دلیل جایگاه و عملکرد خاص خود از اولین مجموعه‌هایی بودند که به موضوع مسئولیت اجتماعی توجه خاص نشان دادند، در پروژه‌های مشترک، نمونه‌ای از تجربه کنش این نوع نهادهای رسمی غیردولتی در موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌هاست.
۵. کنش‌های غیررسمی	اگرچه عمدتاً نهادهای رسمی سنگ بنای شکل‌گیری و عملکرد سازمان‌ها هستند، اما در موضوع مسئولیت اجتماعی که امری جمعی است، کنش نهادهای غیررسمی انکارناپذیر است. این کنش تا بدانجا می‌تواند اثرگذار باشد که اگر قواعد نهادهای رسمی با قواعد این نهادها متناسب نباشد، هم مانعی برای مسئولیت‌پذیری است و هم می‌تواند منجر به نتایج زیانباری شود. در فقدان کنش نهادهای غیررسمی، کنش نهادهای رسمی منجر به فعالیت‌های پراکنده و غیر پایدار سازمان‌ها می‌گردد.

جدول ۳- شرح عوامل چهارچوب نظری نهایی (سطح سازمانی)

عامل	شرح
۶. سیستم حاکمیتی سازمان	حاکمیت شرکتی سازوکارهای کنترلی درون و برون‌سازمانی‌ای است که تعادل بین حقوق صاحبان سهام و نیازها و اختیارات هیأت مدیره را برقرار می‌کند. چنین مکانیزم‌هایی کاهش‌دهنده ریسک‌های سرمایه‌گذاری، تقویت‌کننده بهره‌وری، انگیزه‌بخش نوآوری، حمایتگر حقوق و مشوق توسعه پایدار است. لذا مسئولیت اجتماعی بخش جدانشدنی حاکمیت شرکتی می‌باشد. حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی و محیط‌زیست اجزای پیکری واحدند و مفاهیم بر اصول و مفاهیم این اجزا ضروری است.
۷. مشخصات سازمان	اندازه سازمان، عمر آن، قابلیت سودآوری، میزان نفوذ و قدرت سازمان همگی می‌توانند در مجموعه مشخصات سازمان، که بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن اثرگذار است، بگنجانند. البته این عامل وقتی با عواملی از سطح بالاتر هم‌زمان می‌شود، اثر خویش را بیشتر نشان می‌دهد. به‌عنوان نمونه اختلال در روند رشد و توسعه کشور ناشی از عوامل عمدتاً سیاسی با تبعاتی نظیر تحریم‌های بین‌المللی، بیش از سازمان‌های بزرگ برای سازمان‌های کوچک مشکلاتی مانند نقدینگی و عدم تأمین سرمایه در گردش ایجاد می‌کند، به‌طوری‌که حتی به‌سختی قادر به پرداخت دستمزد کارکنان خویش می‌باشند.

عامل	شرح
۸. برنامه‌ریزی سازمان	پتانسیل سازمان برای به استراتژی درآوردن مسئولیت اجتماعی شرکتی و میزان همسویی مسئولیت اجتماعی شرکتی با مأموریت و ارزش‌های سازمان از عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌باشد. برنامه‌ریزی استراتژیک رسمی رویکردی روشن و منظم برای پیشرفت سازمان در تمام جهات است، به مدیریت در تعیین مسیر استراتژیک صحیح و متناسب با کل سازمان کمک می‌کند و با یکپارچه ساختن فعالیت‌های مختلف بخش‌های گوناگون سازمان دانش لازم برای دریافت خواسته‌های ذی‌نفعان در راستای مسئولیت اجتماعی شرکتی را فراهم می‌سازد. این برنامه‌ریزی پیش‌شرط سیاست‌ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی در هر دو محیط داخلی و خارجی سازمان است.
۹. جهت‌گیری سازمان	مسئولیت‌پذیری بیش از آن‌که از اقتصاد نشأت بگیرد، برخاسته از فرهنگ است. محتوای فرهنگ سازمان شامل عرف‌های رفتاری، ارزش‌ها و شیوه‌های تفکر و عمق و میزان درونی شدن این محتوا در سازمان بر شیوه عمل آن در ارتباط با حقوق و مسئولیت‌های خود و بقیه جامعه اثر مستقیم دارد.

جدول ۴- شرح عوامل چهارچوب نظری نهایی (سطح فردی)

عامل	شرح
۱۰. ویژگی‌های بنیاد حاکمیت	اصول اخلاقی حاکم بر رفتار مالکان و مدیران و سطح درک و مفاهیم مالکان و مدیران بر اصول مسئولیت اجتماعی در پذیرش آن اثر دارد. در سازمان‌های به‌ظاهر خصوصی شده، اما تحت حاکمیت مدیرانی با تفکرات بخشی از دولت، مبتنی بر تمرکز بر حفظ جایگاه، اثر ویژگی‌های مدیران محسوس‌تر است.
۱۱. ویژگی‌های منابع انسانی	در یک محیط اجتماعی مانند سازمان مسئولیت اجتماعی به این معناست که افراد صرفاً نباید از مزایای عضویت در یک گروه اجتماعی بهره‌مند شوند درحالی‌که مسئولیتی در قبال آن ندارند. بنابراین وجود احساس تعلق، احساس امکان بهره‌مندی متناسب از مزایا و همسویی ارزش‌ها و دغدغه‌های فردی، که به‌صورت ناخودآگاه بخشی از فرایندهای تصمیم‌سازی افراد است، با ارزش‌های سازمانی، در شکل‌گیری روحیه مسئولیت‌پذیری در منابع انسانی سازمان مؤثر است.

۵. نتیجه‌گیری

در این مقاله باهدف آگاهی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان‌های پروژه محور کشور، با توجه به حجم و قدمت بیشتر موضوع مسئولیت اجتماعی در ادبیات انگلیسی در مقایسه با ادبیات فارسی، ابتدا با

مرور چتری ادبیات انگلیسی مبانی نظری اولیه موضوع مورد مطالعه قرار گرفت و سپس با دریافت نظر و اجماع تعدادی از متخصصان فعال در سازمان‌های پروژه محور از طریق مصاحبه و پرسش‌نامه، چهارچوب نظری نهایی در بستر سازمان‌های پروژه محور کشور حاصل شد.

در این چهارچوب ۱۱ عامل در سه سطح نهادی، سازمانی و فردی تشریح گردیدند. البته نبایستی از نظر دور داشت که تمایز میان این سه سطح نافی رابطه موثق میان آن‌ها نیست و ارتباط تنگاتنگی میان محیط نهادی و ترتیبات نهادی از جمله سازمان‌ها وجود دارد و سازمان‌ها هم شکل گرفته از مجموعه افراد هستند؛ بنابراین این تمایز بیشتر مفهومی است.

سطح نهادی: در این سطح ۵ عامل روند رشد و توسعه کشور، مناسبات دولت و جامعه، کنش نهادهای رسمی دولتی، کنش نهادهای رسمی غیردولتی و کنش نهادهای غیررسمی شناسایی گردید. نظر به مجموع این عوامل نشان می‌دهد در ارزیابی میزان مسئولیت‌پذیری و بالطبع آن رفاه و توسعه اجتماعی، دیگر نمی‌توان تنها به شاخص‌های رشد ناخالص ملی اکتفا نمود، زیرا بدون تغییرات نهادی کارآمد قرارگیری در مسیر رشد و توسعه ممکن به نظر نمی‌رسد و آغاز این تغییرات بایستی برقراری ارتباطی دوسویه میان دو بخش دولتی و غیردولتی باشد.

تجربه چندساله در کشور در موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی نشان می‌دهد بخش دولتی تنها با ابزارهایی مانند دستورالعمل، شیوه‌نامه و بخشنامه نمی‌تواند بخش غیردولتی را در عمل انجام‌شده قرار دهد؛ و در عوض بایستی به دنبال فراهم کردن شرایط مساعد جهت امکان انجام برنامه‌ریزی‌های دست‌کم تا حدی بلندمدت توسط بخش غیردولتی باشد؛ در چنین فضایی سازمان‌ها ضمن امکان تدوین استراتژی‌های میان‌مدت و بلندمدت، به جای آن که فقط به منافع خویش بیندیشند، قادرند با یکدیگر کار سازنده کنند و با مشاهده پیشرفت پروژه‌ها در عمل، روحیه مسئولیت‌پذیری اجتماعی خویش را باز یابند. در واقع مسئولیت اجتماعی یک موضوع غیر منفرد و جمعی است و برای دستیابی و تداوم آن فعالیت و کنش تمام نهادها اعم از رسمی و غیررسمی الزامی است. در این راستا

دولت نایستی راه مشارکت و فعالیت جامعه را ببندد و برعکس با ابزارهایی مانند احزاب، نهادهای مدنی، صنوف و غیره امکان رشد و مشارکت جمعی را فراهم سازد و عملکرد خویش را نیز در معرض نظر و نقد قرار دهد.

سطح سازمانی: در سطح سازمانی ۴ عامل سیستم حاکمیتی سازمان، مشخصات سازمان، برنامه‌ریزی سازمان و جهت‌گیری فرهنگی سازمان شناسایی گردید. نظر به مجموع این عوامل نشان می‌دهد مشکل بیشتر سازمان‌ها در بحث مسئولیت‌پذیری بیش از دسترسی به منابع اعم از منابع مالی و غیرمالی (مانند دسترسی به فناوری و سرمایه انسانی)، از یک سو عدم آگاهی و همچنین توافق بر اصول، مفاهیم و مبانی حاکمیت شرکتی در بدنه سازمان، و از سوی دیگر عدم برنامه‌ریزی سازمان‌ها در استفاده از منابع به بهترین شکل ممکن می‌باشد.

مباحث ریسک، شفافیت، اختیار و مسئولیت و تعریف ذی‌نفعان یک سازمان در هیأت‌مدیره شرکت‌ها از جمله مسائل مهمی است که بر حوزه‌های گوناگون مسئولیت اجتماعی اثرگذار است و بایستی در حوزه حاکمیت شرکتی موردتفاهم قرار گیرد. به‌علاوه بیشتر سازمان‌ها مشکل تخصیص نادرست منابع، که در سطح کلان نیز از عوامل مهم کاهش رشد اقتصادی کشور می‌باشد، را دارند. درحالی‌که فقط با تخصیص مجدد منابع موجود در راستای مصارف مناسب‌تر، بدون افزایش منابع نیز می‌توانند به ایفای مسئولیت‌های خویش بپردازند. در سطح سازمانی بحث فرهنگ نیز حائز اهمیت است و هرچند فرهنگ خود جزوی از نهادهاست، اما به‌هرحال نمی‌توان موضوع الگوسازی در زمینه مسئولیت اجتماعی در خود سازمان را نیز نادیده گرفت.

سطح فردی: در سطح فردی ۲ عامل ویژگی‌های بدنه حاکمیت و ویژگی‌های منابع انسانی شناسایی شدند. نگاهی به شرح این عوامل حاکی از آن است که هر دو به‌نوعی به یکی شدن جمعیت با هم و به مفهوم جامعه‌پذیری اشاره دارند. جامعه‌پذیری سازوکار اصلی هر جامعه برای بردن خویش به درون افراد جامعه است و پیش‌درآمد آن عوامل متعددی از سیاست و فضای عمومی غالب تا نظام آموزشی، جایگاه ادبیات و هنر و غیره

است که قادر است حس تعلق به جامعه و در نتیجه مسئولیت‌پذیری در قبال مشکلات جامعه و هم‌نوعان را در افراد تقویت نماید.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت برخلاف دیدگاه عام غالب که تنها عوامل اقتصادی را در موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دخیل می‌داند، مجموعه عوامل متعددی در این زمینه اثرگذارند و لذا حتی در زمان فقدان رشد اقتصادی، که کشور ما در سال‌های اخیر بسیار با آن مواجه بوده است، چنانچه هدف نهایی بهبود کیفیت زندگی مردم باشد، راه‌هایی برای بهبود شاخص‌های توسعه و حرکت به سمت مسئولیت‌پذیری وجود دارد. آگاهی از این عوامل می‌تواند راهنمای مناسبی برای اقدام مقابل دیدگان تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران سازمان‌ها قرار دهد تا با برنامه‌ریزی و اقدام تدریجی، زمینه را برای پیاده‌سازی کامل سیاست‌های مسئولیت اجتماعی در شرکت فراهم سازند، انرژی سازمانی را در این راستا بسیج کنند و تا استفاده از آن به‌عنوان یک مزیت رقابتی پیش روند.

این پژوهش به دلیل انتخاب‌های صورت گرفته در طی طرح پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه شده است. بخش مرور پژوهش بر مقالات داوری و منتشرشده در ژورنال‌های علمی و پژوهشی انگلیسی‌زبان منتشرشده در سه پایگاه داده منتخب متمرکز گردیده است و لذا مطالعات احتمالی مرتبط در سایر منابع مورد مرور قرار نگرفته است. اگرچه این تمرکز روایی را محدود می‌سازد، اما می‌تواند به افزایش کیفیت و دقت علمی پژوهش کمک کند. اثر نویسندگان در تفسیر داده‌های مرور ادبیات، مصاحبه و پرسش‌نامه، که می‌توان گفت بخش جدایی‌ناپذیر پژوهش کیفی است، نیز محدودیت بعدی این پژوهش می‌باشد.

منابع

– قرا ملکی، احد فرامرز. (۱۳۹۸)، سازمان‌های اخلاقی در کسب‌وکار، قم: نشر مجنون، چاپ

سیزدهم.

- Abdulkadir, Umar, and Mohd N. Alifiah. (2020). "Review of related literature on the influence of corporate governance attributes on corporate social responsibility disclosure." *Journal of Critical Reviews*, 7 (7), 818–822. doi: 10.31838/jcr.07.07.150.
- Aguinis, Herman, and Ante Glavas. (2012). "What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda." *Journal of Management*, 38 (4), 932–968. doi: 10.1177/0149206311436079.
- Ali, Waris. (2017). "Determinants of corporate social responsibility (CSR) disclosure in developed and developing Countries: A Literature Review." *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24 (4), 273–294. doi: 10.1002/csr.1410.
- Aromataris, Edoardo. (2015). "Summarizing Systematic Reviews: Methodological Development, Conduct and Reporting of an Umbrella Review Approach." *International journal of evidence-based healthcare*, 13 (3), 132–140. doi: 10.1097/XEB.000000000000055.
- Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. (2010). "The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice." *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), 85–105. doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x.
- Eteokleous, Pantelitsa P.. (2016). "Corporate social responsibility in international marketing: review, assessment, and future research." *International Marketing Review*, 33 (4), 580–624. doi: 10.1108/IMR-04-2014-0120.
- Falagas, Matthew E.. (2008). "Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: Strengths and Weaknesses." *FASEB journal: official publication of the Federation of American Societies for Experimental Biology*, 22 (2), 338–342. doi: 10.1096/fj.07-9492LSF.
- Faller, Christian M., and Dodo zu Knyphausen-Aufseß. (2016). "Does Equity Ownership Matter for Corporate Social Responsibility? A Literature Review of Theories and Recent Empirical Findings." *Journal of Business Ethics*, 150 (1), 15–40. doi: 10.1007/s10551-016-3122-x.

- Glavas, Ante. (2016). "Corporate Social Responsibility and Organizational Psychology: an Integrative Review." *Journal of Frontiers in psychology*, 7 (Article 144), 1-13. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00144.
- Gond, Jean-Pascal. (2017). "The psychological microfoundations of corporate social responsibility: A person-centric systematic review." *Journal of Organizational Behavior*, 38 (2), 225–246. doi: 10.1002/job.2170.
- Kakabadse, Nada K.. (2005). "Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review." *International Journal of Business Governance and Ethics*, 1 (4), 277–302. doi: 10.1504/IJBGE.2005.006733.
- Landeta, Jon. (2006). "Current validity of the Delphi method in social sciences." *Journal of Technological Forecasting and Social Change*, 73 (5), 467–482. doi: 10.1016/j.techfore.2005.09.002.
- Latapi Agudelo, Mauricio Andrés. (2019). "Drivers that motivate energy companies to be responsible. A systematic literature review of Corporate Social Responsibility in the energy sector." *Journal of Cleaner Production*, 247 (3), 1-58. doi: 10.1016/j.jclepro.2019.119094.
- Lee, Min-Dong P.. (2008). "A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead." *International Journal of Management Reviews*, 10 (1), 53–73. doi: 10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x.
- Liu, Zicheng, and Zhiqiang Huang. (2017). "A Study on Institution of Corporate Social Responsibility: A Review, Summary and Prospect." *American Journal of Industrial and Business*, 07 (02), 93–108. doi: 10.4236/ajibm.2017.72008.
- Luhmann, Henrike, and Ludwig Theuvsen. (2016). "Corporate Social Responsibility in Agribusiness: Literature Review and Future Research Directions." *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 29 (4), 673–696. doi: 10.1007/s10806-016-9620-0.
- Moher, David. (2009). "Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement." *Annals of Internal Medicine*, 151 (4), 264–270. doi: 10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00135.
- Nijhof, Andre. (2008). "Partnerships for corporate social responsibility: A review of concepts and strategic options." *Journal of Management Decision*, 46 (1), 152–167. doi: 10.1108/00251740810846798.
- North, Douglass C.. (1993). "Institutions and Credible Commitment." *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 149 (1), 11–23. <https://www.jstor.org/stable/40751576?seq=1>.

- Ortiz-Avram, Daniela. (2018). "Exploring the integration of corporate social responsibility into the strategies of small and medium-sized enterprises: A systematic literature review." *Journal of Cleaner Production*, 201 (5), 254–271. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.08.011.
- Rowley, Jennifer, and Frances Slack. (2004). "Conducting a literature review." *Journal of Management Research News*, 27 (6), 31–39. doi: 10.1108/01409170410784185.
- Schmitz, Jan, and Jan Schrader. (2015). "Corporate social responsibility: A microeconomic review of the literature." *Journal of Economic Surveys*, 29 (1), 27–45. doi: 10.1111/joes.12043.
- Scott, W. Richard. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. Los Angeles: Sage, Fourth edition.
- Stefano, Federica de. (2017). "The HR role in corporate social responsibility and sustainability: A boundary-shifting literature review." *Journal of Human Resource Management*, 57 (2), 549–566. doi: 10.1002/hrm.21870.
- Torres, Andrea. (2018). "Umbrella and Systematic Review Methodology to Support the 2018 Physical Activity Guidelines Advisory Committee." *Journal of physical activity & health*, 15 (11), 805–810. doi: 10.1123/jpah.2018-0372.
- Tranfield, David. (2003). "Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review." *British Journal of Management*, 14(3), 207–22. doi: 10.1111/1467-8551.00375.
- Turyakira, Peter, K. (2017). "Small and medium-sized enterprises (SMEs) engagement in corporate social responsibility (CSR) in developing countries: Literature review." *African Journal of Business Management*, 11 (18), 464–469. doi: 10.5897/AJBM2017.8312.
- Vázquez-Carrasco, Rosario, and M. E. López-Pérez. (2012). "Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: a systematic review of the literature." *Journal of Quality & Quantity*, 47 (6), 3205–3218. doi: 10.1007/s11135-012-9713-4.
- Velte, Patrick. (2019). "Do CEO incentives and characteristics influence corporate social responsibility (CSR) and vice versa? A literature review." *Social Responsibility Journal*, 16 (8), 1293–1323. doi: 10.1108/SRJ-04-2019-0145.
- Velte, Patrick. (2020). "Determinants and consequences of corporate social responsibility assurance: a systematic review of archival research." *Journal of Society and Business Review*, 16 (1), 1–25. doi: 10.1108/SBR-05-2020-0077.

- Velte, Patrick, and Martin Stawinoga. (2017). "Empirical research on corporate social responsibility assurance (CSRA): A literature review." *Journal of Business Economics*, 87 (8), 1017–1066. doi: 10.1007/s11573-016-0844-2.
- Vieira, Elizabeth S., and José A. N. F. Gomes. (2009). "A comparison of Scopus and Web of Science for a typical university." *Journal of Scientometrics*, 81 (2), 587–600. doi: 10.1007/s11192-009-2178-0.
- Vo, Linh Chi. (2011). "Corporate social responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research." *Jornal of Problems and Perspectives in Management*, 9 (4), 89–97.
https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/problems-and-perspectives-in-management/issue-33/corporate-social-responsibility-and-smes-a-literature-review-and-agenda-for-future-research.
- Voegtlin, Christian, and Michelle Greenwood. (2016). "Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis." *Journal of Human Resource Management Review*, 26 (3), 181–197. doi: 10.1016/j.hrmr.2015.12.003.
- Xiao, Yu, and Maria Watson. (2019). "Guidance on Conducting a Systematic Literature Review." *Journal of Planning Education and Research*, 39 (1), 93–112. doi: 10.1177/0739456X17723971.
- Zhang, Qian. (2019). "Drivers, motivations, and barriers to the implementation of corporate social responsibility practices by construction enterprises: A review." *Journal of Cleaner Production*, 210 (2), 563–584. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.11.050.

استناد به این مقاله: دهقان نیری، مهدیه و صبحیه، محمدحسین. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان‌های مبتنی بر پروژه. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۴ (۵۳)، ۸۷-۱۱۹.



Social Development and Welfare Planning Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.