

Designing a corporate social responsibility model with an organizational transparency approach

Saeid Esmacili¹, Mahdi Bagheri², Karamollah Daneshfard³

Received: 2022-08-04

Accepted: 2023-02-24

Abstract

Background and purpose: Nowadays, the importance of discussing social responsibility in organizations has increased. On the other hand, organizational transparency is one of the approaches that can be used in the field of promoting social responsibility, although there is not enough knowledge and understanding about its various dimensions. Therefore, the aim of this research is to design a corporate social responsibility model with an organizational transparency approach in the social security organization.

Method: This research is applied-developmental in terms of purpose and mixed (qualitative-quantitative) in terms of method. In the qualitative phase of the research, the theme analysis method was used to design the research model. For this purpose, a semi-structured interview was conducted with 27 experts who were selected purposefully. In the quantitative part, the measurement and validation of the research model was done with the method of structural equation modeling and Smart PLS software. For this purpose, 167 managers and specialists of the social security organization in Tehran, who were determined by simple random sampling method, were asked for their opinion using a questionnaire.

Findings: Based on the results of theme analysis, there are 6 dimensions of economic, strategic, legal, ethical and religious, altruistic and environmental responsibility, as well as 5 categories of strategies for promoting social responsibility with an organizational transparency approach, including managerial, financial, structural, technology and management strategies. Human resources were identified and based on the findings of structural equation modeling, all identified factors were confirmed, also, the value of the coefficient of determination calculated for transparency strategies and measures is 0.692 and for the outcomes variable is 0.716.

Conclusion: The results showed that in order to promote social responsibility in the social security organization, using the organizational transparency approach has a favorable effectiveness. Also, the use of the transparency approach can create many consequences and, while improving the organizational performance, improve the image and credibility of this organization among the society and stakeholders.

Keywords: Corporate social responsibility, organizational transparency, social security organization, theme analysis

Citation (APA): Esmacili, Saeid; Bagheri, Mahdi; Daneshfard, Karamollah. (1402). Designing a corporate social responsibility model with an organizational transparency approach, Quarterly of Supervision and Inspection, 17 (63), pp 33-64

DOI: [10.22034/SI.2023.100364](https://doi.org/10.22034/SI.2023.100364)

1. PhD student in public administration, Islamic Azad University, Department of Science and Research, Tehran, Iran. Email: saipa_saeid@yahoo.com
2. Associate Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran (Corresponding Author). Email: Mbagheri.sbu@gmail.com
3. Professor, Department of Public Administration, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: Daneshfard@srbiau.ac.ir



طراحی مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی

سعید اسماعیلی^۱، مهدی باقری^{۲*}، کرم ... دانش فرد^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۵

چکیده

زمینه و هدف: امروزه اهمیت بحث مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها افزایش یافته است. از طرفی، شفافیت سازمانی یکی از رویکردهایی است که می‌تواند برای ارتقای مسئولیت اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد؛ هرچند نسبت به ابعاد مختلف این مقوله آگاهی و شناخت چندانی وجود ندارد. از این رو، هدف تحقیق حاضر، طراحی مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی است.

روش: این تحقیق از نظر هدف، کاربردی- توسعه‌ای و از نظر روش، ترکیبی (کیفی- کمی) است. در مرحله کیفی تحقیق، از روش تحلیل تم برای طراحی مدل تحقیق استفاده شد. بدین‌منظور با ۲۷ نفر از خبرگان که به‌صورت هدف‌مند انتخاب شدند، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به‌عمل آمد. در بخش کمی نیز با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart PLS به سنجش و اعتبارسنجی الگوی تحقیق پرداخته شد. بدین‌منظور با ابزار پرسش‌نامه از ۱۶۷ نفر از مدیران و متخصصان سازمان تأمین اجتماعی در شهرستان تهران که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعیین شدند، نظرخواهی شد.

یافته‌ها: بر اساس نتایج تحلیل تم، ۶ بعد مسئولیت‌پذیری اقتصادی، استراتژیک، قانونی، اخلاقی و دینی، نوع دوستانه و زیست‌محیطی و همچنین ۵ دسته راهبرد برای ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی شامل راهبردهای مدیریتی، مالی، ساختاری، تکنولوژی و مدیریت منابع انسانی شناسایی و بر اساس یافته‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری، کلیه عوامل شناسایی شده تایید شدند، همچنین، مقدار ضریب تعیین محاسبه‌شده برای راهبردها و اقدامات شفافیت مقدار ۰/۶۹۲ و برای متغیر پیامدها ۰/۷۱۶ است.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که در راستای ارتقای مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی، بهره‌گیری از رویکرد شفافیت سازمانی، دارای اثربخشی مطلوبی است. همچنین، استفاده از رویکرد شفافیت می‌تواند پیامدهای متعددی را ایجاد کرده و ضمن ارتقای عملکرد سازمانی، وجهه و اعتبار این سازمان را در بین جامعه و ذی‌نفعان ارتقا دهد.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکتی، شفافیت سازمانی، سازمان تأمین اجتماعی، تحلیل تم

استناد (APA): اسماعیلی، سعید؛ باقری، مهدی؛ دانش فرد، کرم ... (۱۴۰۲). طراحی مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی، فصلنامه نظارت و بازرسی، ۱۷ (۶۳)، صص ۶۴-۳۳

DOI: 10.22034/SL.2023.100364

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
ایانامه: saipa_saeid@yahoo.com

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران (نویسنده مسئول).
ایانامه: Mbagheri.sbu@gmail.com

۳. استاد گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ایانامه: Daneshfard@srbiau.ac.ir



جهانی شدن فزاینده و ظهور اقتصادهای مبتنی بر دانش، معنای مسئولیت اجتماعی شرکتی^۱ (CSR) را از طریق تغییر فلسفه اساسی جامعه و کسب و کار، متحول کرده است. اقدامات CSR، کسب و کارهای معاصر را به تفکر اجتماعی در کنار جنبه‌های اقتصادی سوق می‌دهد (شهباز، بیگ، رحمان، سعید و اسیم^۲، ۲۰۲۲). از طرفی، کارول^۳ (۱۹۷۹) استدلال می‌کند که مسئولیت هر سازمان صرفاً برآوردن انتظارات اقتصادی نیست؛ بلکه مشارکت در فعالیت‌های بشردوستانه و اخلاقی نیز هست؛ زیرا کسب و کارها بخشی از جامعه به‌شمار می‌روند. همچنین، در دوران همه‌گیری بیماری کووید-۱۹، مردم، دولت، رهبران کسب و کار و سازمان‌های غیرانتفاعی گرد هم آمده‌اند تا از افراد آسیب‌پذیر با نیازهای حیاتی در طول این دوره همه‌گیری حمایت کنند و این مسئله اهمیت توجه به مسئولیت اجتماعی را دوچندان کرده است (محمود، دینگ و حسن^۴، ۲۰۲۱). با وجود افزایش علاقه علمی و مدیریتی از دهه ۱۹۵۰ به بحث مسئولیت اجتماعی شرکتی، هنوز این مبحث، یک موضوع رو به رشد است؛ زیرا از نظر آکادمیک ناشناخته باقی مانده است. از آنجا که CSR به ایجاد جایگاه قوی‌تری در استراتژی‌های سازمانی منجر می‌شود، درک اجزای آن برای دانشگاه و صنعت مورد نیاز است (فاطمیا و الباما^۵، ۲۰۲۲).

به موازات افزایش علاقه به CSR، شرکت‌های بزرگ آمریکایی و اروپایی میلیون‌ها دلار را صرف مشاوره پایداری می‌کنند (به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۶، به ترتیب ۳۴۴ و ۲۹۲ میلیون دلار). علاوه بر این، تقریباً ۸۹ درصد از شرکت‌های فرچون و ۷۴ درصد از ۱۰۰ شرکت بزرگ از نظر درآمد، گزارش‌های دقیق CSR را منتشر می‌کنند (کی‌ام‌پی‌جی^۶، ۲۰۱۷). CSR برای سرمایه‌گذاران نیز به همان اندازه مهم است؛ زیرا محققان ادعان دارند که نوعی مزیت رقابتی و منافع مالی ایجاد می‌کند. طبق نظرسنجی بنیاد انجمن سرمایه‌گذاری اجتماعی^۷ در ایالات متحده، سرمایه‌گذاران نهادی ۲٫۵۶ تریلیون دلار دارایی مربوط به CSR را مدیریت می‌کنند (یوروسیف^۸، ۲۰۱۸).

1. Corporate Social Responsibility (CSR)
2. Shahzad, Baig, Rehman, Saeed & Asim
3. Carroll
4. Mahmud, Ding & Hasan
5. Fatima & Elbanna
6. KMPG
7. Socially Investment Forum
8. Eurosif

رشد CSR به عنوان یک زمینه تحقیقاتی نوظهور و توجه بیشتر به ریشه کسب و کار قرن ۲۱ اذعان کرد که تجارت و جامعه به گونه‌ای در هم تنیده شده‌اند که از روابط حیاتی بین کارمند، مشتری، تأمین‌کننده و جامعه فراتر می‌رود (مکلنن و بانکس^۱، ۲۰۱۹). ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی، علائمی هستند که توسط سازمان‌ها برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و قابل مشاهده کردن تعهد آنها نسبت به پایداری استفاده می‌شود (کنته، سردانلی، ولرو و سیانو^۲، ۲۰۲۲). از طرفی، امروزه تقاضای فزاینده برای اطلاعات واقعی و قابل اعتماد در سراسر جهان افزایش یافته و نحوه عملکرد و ارائه خدمات سازمان‌ها و همچنین نحوه مدیریت اطلاعات به موضوعی مهم برای جامعه (شهروندان، دولت و سازمان‌ها) تبدیل گردیده است (سالدانها، دیاز و گویلامون^۳، ۲۰۲۲). نتایج تجربی نشان می‌دهد که شرکت‌ها در بخش‌های بحث‌برانگیز فعالیت خود، به نحو قابل توجهی بر توسعه سیاست‌های CSR و ابزارهای شفافیت متمرکز هستند؛ زیرا انتظار دارند که این علائم واقعاً برای سهامداران متمایز و قابل مشاهده باشد (بنیتو^۴، ۲۰۲۱).

از طرفی، با گسترش مبانی دموکراسی و قائل شدن حقوق شهروندی، سازمان‌ها ملزم به فروریختن حصار پیرامونی خود شده‌اند تا امکان رؤیت همه فرآیندهای سازمانی (شفافیت سازمانی^۵) را برای تمامی ذی‌نفعان فراهم کنند (دیپهیم‌پور و دولتی، ۱۳۹۹). علی‌رغم بررسی گسترده شفافیت در کارهای علمی و عملی سازمانی، تاکنون موضوع شفافیت به‌ندرت مورد بررسی انتقادی قرار گرفته است. طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌ها همچنین این تصور را ایجاد می‌کند که شفافیت مفهومی آشفته، پایدار و نادقیق است (آلبو و فلیوربوم^۶، ۲۰۱۶). در سطح سازمانی، شفافیت مؤثر از طریق تمایل یک شرکت برای انتقال مداوم اطلاعات شفاف به عموم افراد داخلی یا خارجی ایجاد می‌شود (کوندیلین و لیتونین^۷، ۲۰۱۵). در شرایط امروزی، سازمان‌ها خواه به‌دلیل فشارهای عمومی، اجتماعی و قانونی و خواه به علت تمایل خود سازمان، میل به شفاف‌سازی بیشتری دارند (کریستنسن و کورنلیسن^۸، ۲۰۱۵). شفافیت با اعتماد، مسئولیت اجتماعی شرکت و اخلاق گره خورده است. سازمان‌ها دریافته‌اند که شهرت‌یافتن در زمینه صداقت، صراحت و نگرانی در مورد جامعه، از مزایای اساسی آن‌ها محسوب می‌شود است (راولینگز^۹، ۲۰۰۸).

1. McLennan & Banks
2. Conte, Sardanelli, Vollero & Siano
3. Saldanha, Dias & Guillaumon
4. Benito
5. Organizational transparency
6. Albu & Flyverbom
7. Kundeliene & Leitoniene
8. Christensen & Cornelissen
9. Rawlings

شفافیت، یک عنصر کلیدی در حکمرانی خوب است که فرصت بیشتری را برای شهروندان فراهم می‌آورد تا بیش از پیش بر حوزه‌های مختلف کنترل و نظارت داشته باشند. این عمل ضمن کمک به کاهش فساد، رشوه و تخلفات دیگر، موجب گسترش دانش و پیشرفت اجتماعی می‌گردد (لواچارین و منیفیلد، ۲۰۱۵). سازمان تأمین اجتماعی وظیفه دارد با کسب منابع مالی از طریق دریافت حق بیمه، تجمیع منابع و سرمایه‌گذاری، به ایجاد سود و ارزش افزوده اقدام کند و سپس از محل درآمدها و ذخایر، امنیت معیشتی و رفاهی بیمه‌شدگان و خانواده‌های آن‌ها در زمان بیماری، بیکاری و از کارافتادگی فراهم آورد؛ لذا این سازمان در خط مقدم حمایت از نیروی کاری است که چرخ‌های صنعت و اقتصاد کشور را به حرکت در می‌آورد. با توجه به اهمیت رسالت این سازمان و از سوی دیگر با مشاهده فسادهای مختلف در جامعه و سازمان‌ها، سازمان تأمین اجتماعی نیز از این قاعده مستثنی نیست. وجود فساد در این نهاد، می‌تواند خسارت‌های جبران‌ناپذیری را متوجه جامعه و کشور سازد (بایرام‌پور، محمدیان و حقیقی، ۱۴۰۰). کاهش فساد، ارتقای پاسخگویی و جلب اعتماد و رضایت عمومی به‌عنوان اهدافی برجسته و مهم برای هر سازمان محسوب می‌شود. شفافیت یکی از ابزارهای کلیدی و مجادله‌برانگیز در دستیابی به این اهداف است که با تکیه بر موضوع دسترسی آزاد به اطلاعات، این امر را تحقق می‌بخشد (نرگسیان و جمالی، ۱۳۹۸).

گزارش جدید سازمان شفافیت بین‌الملل درباره شاخص ادراک فساد حکایت از آن دارد که در سال ۲۰۲۱ کشورهای دانمارک، فنلاند و نیوزیلند هر یک با ۸۸ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز، به‌عنوان پاک‌ترین کشورهای جهان معرفی شده‌اند. ایران نیز در سال ۲۰۲۱ توانسته است امتیاز ۲۵ را کسب کند و در رتبه ۱۵۰ قرار گیرد. رتبه ایران در سال قبل ۱۴۹ بوده و به این ترتیب یک پله تنزل داشته است که متأسفانه شرایط مطلوبی نیست. سازمان تأمین اجتماعی که با گستره جمعیتی بالغ بر ۴۰ میلیون نفر در کشور سروکار دارد، برای حفظ جایگاه خود لازم است که به اجرای مسئولیت‌های اجتماعی که مربوط به اوست بیشتر توجه کند. البته، سازمان تأمین اجتماعی در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود اگرچه تاکنون گام‌های مثبتی برداشته است؛ اما این گام‌ها فاقد پیوستگی و جامعیت و بیشتر به شکل اقدامات پراکنده بوده است. این موضوع در حالی است که با توجه به اینکه سازمان تأمین اجتماعی در اقدامات خود اهداف اقتصادی را نیز دنبال می‌کند، لازم است که نگاه بلندمدت و پایدار بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی حاکم باشد. یکی از ضرورت‌های سازمان تأمین اجتماعی در زمان حاضر، شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی شرکتی است که بتواند هم رضایت ذی‌نفعان و افراد تحت

پوشش و هم اهداف سازمانی را محقق سازد. همچنین، یکی از رویکردهایی که می‌تواند جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی را تقویت کند، شفافیت سازمانی است. بهره‌گیری از رویکرد شفافیت سازمانی می‌تواند مکملی برای بحث مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی باشد. این تحقیق از آنجا که موضوع مسئولیت اجتماعی را از دیدگاه رویکرد شفافیت سازمانی می‌نگرد، از نظر موضوعی نوآورانه است. انجام تحقیق حاضر در جهت پیشبرد اهداف علمی و همچنین بهبود روابط بین سهام‌داران، ذی‌نفعان، بیمه‌گذاران و بازنشستگان و سایر افراد و نهادهایی که به نوعی با سازمان تأمین اجتماعی ارتباط دارند، می‌تواند اثربخش باشد. بنابراین، این تحقیق به دنبال پاسخ به سؤالات زیر است:

"ابعاد پدیده مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی با در نظر گرفتن رویکرد بلندمدت و نظام‌مند چه مواردی هستند؟" "چه راهبردهایی می‌تواند مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی را ارتقا بخشد؟" "مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی چه پیامدهایی به همراه دارد؟" "نقش شفافیت سازمانی در ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی به چه صورت است؟"

از این‌رو، مسئله اساسی تحقیق حاضر طراحی مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی است که تاکنون هیچ تحقیق داخلی و خارجی در این زمینه انجام نگرفته است.

۲. پیشینه پژوهش

موضوعات مسئولیت اجتماعی شرکتی و شفافیت سازمانی در برخی از تحقیقات پیشین بررسی شده است. نتایج تحقیق قنبرپور و گوستافسون (۲۰۲۲) با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکتی و نوآوری چگونه باعث افزایش سود مالی می‌شود؟ تحلیل دیدگاه مشتری" نشان دادند که اقدامات درک‌شده شرکت در زمینه مسئولیت اجتماعی، به‌طور مثبت بر درآمدهای آتی از طریق ارزیابی کلی مشتریان از یک شرکت تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، نتایج اثر اقدامات درک شده را در بلندمدت نیز نشان می‌دهد. نتایج تحقیق سینگ و میسرا (۲۰۲۱) با عنوان "پیوند مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد سازمانی: اثر تعدیل‌کننده شهرت شرکت"، حکایت از آن دارد که CSR، زمانی که نسبت به ذی‌نفعان خارجی اعمال می‌شود، بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، معلوم گردیده که میزان این تأثیر بین شرکت‌های معتبر و شرکت‌های تجاری با

شهرت ضعیف‌تر متفاوت است. نتایج تحقیق رمضان، امین و عباس^۱ (۲۰۲۱) با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکتی چگونه بر عملکرد مالی، ثبات مالی و شمول مالی در بخش بانکداری تأثیر می‌گذارد؟" نیز در ۲۰ بانک تجاری پاکستان نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) بر عملکرد مالی و ثبات مالی بخش بانکی تأثیر مثبت دارد. نتایج پژوهش خامیس و اسماعیل^۲ (۲۰۲۱) با عنوان "بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر تصویر شرکت در صنعت ساخت و ساز در SME های مصر" گویای آن است که شرکت‌های کوچک و متوسط مصری در صنعت ساخت‌وساز، اکثر اقدامات CSR مندرج در ایزو ۲۶۰۰۰ را اجرا می‌کنند و این اقدامات به‌طور مثبت بر تصویر شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. نتایج تحقیق آکافور، آدلو و آدوسی^۳ (۲۰۲۱) با عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی: شواهدی از شرکت‌های فناوری ایالات متحده" نشان می‌دهد که شرکت‌های فناوری که مقدار بیشتری برای CSR هزینه می‌کنند، افزایش درآمد و سودآوری مشابهی را تجربه نمی‌کنند. نتایج مطالعه کیو، لیانگ، لیو و چن^۴ (۲۰۲۱) با عنوان "آیا مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند از ارزش شرکت در طول همه‌گیری ۱۹-COVID محافظت کند؟" گویای آن است که مشارکت در فعالیتهای CSR می‌تواند بازده سهام و توجه ذی‌نفعان شرکت‌های فعال در زمینه توریسم را در طول همه‌گیری کووید ۱۹ افزایش دهد. این نتایج نشان داد که شرکت‌هایی که به‌دنبال بهبود عملکرد بازار سهام در طول پاندمی کووید ۱۹ بودند توانستند در CSR برای محافظت از جوامع، مشتریان و کارکنان برای جلب توجه بیشتر ذی‌نفعان سرمایه‌گذاری کنند. در بین تحقیقات داخلی، گل‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان "جایگاه شفافیت و پاسخ‌گویی در مبارزه با فساد در معاملات دولتی" نشان دادند که طی سال‌های اخیر علی‌رغم تورم قوانین در حوزه فساد مانند قانون راجع به منع مداخله وزراء و نمایندگان مجلسین و کارمندان دولت در معاملات دولتی و کشوری، ممنوعیت اخذ پورسانت در معاملات خارجی، ممنوعیت تصدی بیش از یک شغل، قانون مدیریت خدمات کشوری، قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و ...، به دلیل فقدان اراده سیاسی لازم، فقدان شفافیت و اهمال در ردیابی و تشخیص درست تعارض منافع، نه تنها فساد کاهش نیافته؛ بلکه ابعادی گسترده و حیرت‌انگیز یافته است. بایرام‌پور و همکاران (۱۴۰۰) نیز در تحقیقی با عنوان "طراحی الگویی برای تعیین عوامل مؤثر در بروز فساد اداری و بررسی نقش نظارت و شفافیت سازمانی در پیشگیری از آن"،

1. Ramzan, Amin & Abbas
2. Khamis & Ismaeil
3. Okafor, Adeleye & Adusei
4. Qiu, Jiang, Liu & Chen

به این نتیجه رسیدند که با اصلاح و شفاف‌سازی ساختارها، تعاملات و فرایندهای سازمانی و استقرار نظام شایسته‌سالاری در سازمان تأمین اجتماعی می‌توان فساد اداری را مدیریت و مهار نمود. براساس یافته‌های تحقیق قربانی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان "الگوی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پالایش نفت، به روش پژوهش آمیخته اکتشافی"، مسئولیت اجتماعی پالایشگاه‌های نفت کشور شامل ابعاد حاکمیت سازمانی و عملکرد، مسائل مرتبط با مشتریان و مصرف‌کنندگان، مسائل مرتبط با کارکنان و مشارکت در توسعه جوامع محلی است. ابراهیمی‌پور، فتحی، هوشمند، تقی‌پور و حسینی (۱۳۹۹) نیز در تحقیقی با عنوان "وضعیت مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن در بیمارستان‌های دولتی شهر مشهد"، ۵ بعد بازار (مشتریان)، کارکنان (محیط کار)، محیط زیست و جامعه و کشور برای مسئولیت اجتماعی در بیمارستان‌های دولتی شهر مشهد را شناسایی کردند. یافته‌های تحقیق اختری و دارابی (۱۳۹۸) با عنوان "شفافیت از دیدگاه حکومت اسلامی و حکمرانی خوب" نشان داد که در سایه حکمرانی خوب از طریق اصل شفافیت و انتشار اطلاعات صحیح به شهروندان و جامعه، به‌طور خودکار، زمینه‌های اصلاح، کاهش فساد، پاسخ‌گویی، کارآمدی و مسئولیت‌پذیری فراهم می‌شود. در مجموع می‌توان گفت که شفافیت موجب انتفاع و آگاهی مقامات دولتی نسبت به جامعه، مشارکت و نظارت از سوی مردم و سرانجام رفتار درست و مطابق قانون از سوی همگان خواهد شد. یافته‌های حسینی امیری و خراسانی (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان "کارکردهای مسئولیت اجتماعی بر ارتقای سطح عملکرد کسب‌وکارها"، نشان داد که مسئولیت اجتماعی سازمانی تأثیر نسبتاً اندکی بر عملکرد سازمانی، شهرت سازمانی و مزیت رقابتی داشته است. ضمناً براساس یافته‌های این تحقیق، مسئولیت اجتماعی سازمانی تأثیر نسبتاً بالایی بر رضایت مشتری دارد. یافته‌های آلساندرو، لاگومارسینو، اسکار تاکسینی، استرب و توریلدی^۱ (۲۰۲۱) با عنوان "شفافیت و اعتماد به دولت: شواهد از یک آزمایش نظرسنجی"، نشان می‌دهد که رابطه بین شفافیت و اعتماد ممکن است توسط عملکرد دولت میانجی‌گری شود. ضمناً قوانین افشای اطلاعات برای شفافیت موضوعی مهم است. براساس یافته‌های اسپچناکنبرگ و تاملینسون^۲ (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان "شفافیت سازمانی: دیدگاهی جدید در مدیریت اعتماد در روابط سازمان و ذی‌نفعان" نیز، شفافیت سازمانی یک ساختار سه‌بعدی است که شامل افشای اطلاعات درک‌شده، وضوح و دقت می‌گردد. نتایج تحقیق کیم و لی^۳ (۲۰۱۸)

1. Alessandro, Lagomarsino, Scartascini, Streb & Torrealday

2. Schnackenberg & Tomlinson

3. Kim & Lee

با عنوان "ارتباطات استراتژیک CSR: نقش تعدیل‌کننده شفافیت در ایجاد اعتماد"، نشان داد که شفافیت، شرط لازم برای ارتباطات مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک برای افزایش اعتماد بین ذی‌نفعان است. براساس یافته‌های تحقیق لورنکو^۱ (۲۰۱۵) با عنوان "تحلیل پورتال‌های دولت باز: چشم‌اندازی از شفافیت برای پاسخگویی"، هفت بعد تضمین‌کننده شفافیت، شامل: کیفیت، کمال، امکان دسترسی و ایجاد دید غیرتبعیض‌آمیز، قابلیت استفاده و درک، به‌روز بودن، ارزش و سودمندی، دسته‌بندی و قابلیت قیاس‌شناسایی شدند. یافته‌های فراتحلیل پناهی (۱۴۰۰) با عنوان "فراتحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن در پژوهش‌های انجام‌شده در ایران" گویای آن است که متغیرهای استراتژی مناسب، پاسخ‌گویی عمومی، رهبری اصیل، سرمایه اجتماعی، رهبری تحول‌آفرین و رهبری نوآور، بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری و تشدید شفافیت سازمانی در سازمان‌های ایرانی داشته‌اند. یافته‌های کاشف، تقوایی و نیاز آذری (۱۳۹۷) با عنوان "طراحی مدل شفافیت سازمانی به‌منظور توانمندسازی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی" نیز حکایت از آن دارد که شفافیت سازمانی دارای چهار بعد مدیریتی، مالی، ساختاری و فناورانه است. نهایتاً، نتایج تحقیق دیهیم‌پور و میان‌داری (۱۳۹۶) با عنوان "تأثیر شفافیت سازمانی بر پارانویید سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی" نشان داد که متغیر شفافیت سازمانی با ابعاد مشارکت، اطلاعات واقعی، پاسخ‌گویی و پنهان‌کاری با سرمایه اجتماعی رابطه معناداری دارد.

۳. مبانی نظری پژوهش

۳-۱. مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت اجتماعی شرکتی به الزام مدیریت در تصمیم‌گیری فراتر از الزامات قانونی که از نظر ارزش‌ها و اهداف جامعه مطلوب هستند، اشاره دارد. ادبیات نشان می‌دهد که ایجاد یک استراتژی CSR که ادغام نگرانی‌های اجتماعی، زیست‌محیطی، اخلاقی و مصرف‌کننده در فعالیت‌های تجاری است، به یک مؤلفه مهم پایداری و رقابت درازمدت یک شرکت تبدیل شده است (چن^۲، ۲۰۲۰). تعریف CSR در طول زمان تغییر کرده است. طبق دیدگاه کمیسیون اروپا^۳ (۲۰۲۰)، این مفهوم به عنوان "مفهومی که به موجب آن شرکت‌ها نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را در عملیات تجاری خود و در تعامل خود با سهام‌داران خود به‌صورت داوطلبانه ادغام می‌کنند"، تعریف

1. Lourenco

2. Chen

3. European Commission

شده است. شرکت‌ها باید مسئولیت آثار فعالیت خود بر جامعه را بپذیرند و از قوانین مربوطه پیروی کنند (کمیسون اروپا، ۲۰۲۰). دنگ، لانگ، شول، لو و ژائو^۱ (۲۰۲۰)، CSR را به‌عنوان CSR داخلی و خارجی طبقه‌بندی می‌کنند. CSR داخلی به "ابتکارات CSR رسمی که در آن کارکنان می‌توانند مشارکت کنند و از مزایای توسعه‌ای بهره‌مند شوند مربوط می‌شود و نشان‌دهنده احترام کارفرمایان به کارکنان خود است" و CSR خارجی به "روش‌های متمرکز بر مباشرت نسبت به جامعه محلی، محیط طبیعی و مصرف‌کنندگان" اشاره دارد (دنگ و همکاران، ۲۰۲۰).

در حالی که امور مالی سنتی بر تئوری بیشینه‌سازی سود شرکت تمرکز دارد، رویکرد CSR مفهومی مدرن و ذی‌نفع‌گرا از سازمان‌ها را معرفی می‌کند (پالترینیری، دریسی، میگلیاواکا و پیسرا^۲، ۲۰۲۰). طبق گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۳ (۲۰۱۱)، یک سازمان ممکن است با سرمایه‌گذاری در طرح‌های CSR، طیف وسیعی از منافع مانند: کاهش ریسک، هویت سازمانی، شهرت شرکت، بهبود شبکه تأمین‌کننده، کاهش هزینه، افزایش بهره‌وری و کیفیت کل، ایجاد سرقفلی، عملکرد شغلی، وفاداری مشتری و فرهنگ اخلاقی را کسب کند (سینگ و میسرا^۴، ۲۰۲۱). محققان در دیدگاه خود به اهمیت و نقش مسئولیت اجتماعی شرکت در دستیابی به توسعه پایدار اتفاق نظر دارند (عباس^۵، ۲۰۲۰). همچنین، محققان معتقدند که اگر شرکت‌ها نه‌تنها بر سهامداران خود؛ بلکه بر منافع ذی‌نفعان گسترده‌تر خود از طریق حاکمیت شرکتی و فعالیت‌های CSR تمرکز کنند، می‌توانند به رشد بلندمدت دست یابند (اوکافور^۶ و همکاران، ۲۰۲۱).

بر اساس دیدگاه تئوری ذی‌نفعان، سرمایه‌گذاری صرف‌شده برای فعالیت‌های CSR می‌تواند روابط بین شرکت و ذی‌نفعان را تقویت کند (اوتومو^۷ و همکاران، ۲۰۱۹). فعالیت‌های CSR شامل سرمایه‌گذاری برای بهبود رفاه اجتماعی با یا بدون منفعت مستقیم برای منفعت مالی شرکت است. تصویر شرکت‌ها با اقدامات CSR مناسب که ذی‌نفعان مختلف را راضی می‌کند، بهبود می‌یابد (فرانکو^۸ و همکاران، ۲۰۲۰؛ رو و سینگا^۹، ۲۰۲۰). همچنین، ابتکارات CSR معمولاً برای بهبود و حفظ عملکرد مالی بلندمدت شرکت تشویق می‌شود (فنگ^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۸).

1. Deng, Long, Schuler, Luo & Zhao
2. Paltrinieri, Dreassi, Migliavacca & Piserà
3. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)
4. Singh & Misra
5. Abbas
6. Okafor
7. Utomo
8. Franco
9. Rhou & Singa
10. Feng

اگرچه در اکثر مطالعات تأثیر CSR بر سودآوری مثبت است؛ اما تعداد محدودی نیز رابطه‌ای بین CSR و سودآوری پیدا نکرده‌اند (رمضان^۱، ۲۰۲۱). همچنین، هو^۲ (۲۰۱۹) خاطرنشان می‌کند که سازمان‌ها منابع قابل توجهی را به فعالیت‌های CSR اختصاص می‌دهند و همان را به عنوان یک محرک نوآورانه برای ایجاد ارزش، حفظ و ابزاری برای پاسخ به تغییرات در فرهنگ ذی‌نفعان به کار می‌گیرند.

۲-۳. شفافیت سازمانی

شفافیت سازمانی فرآیندی است که نه تنها در دسترس بودن اطلاعات؛ بلکه مشارکت فعال در دستیابی، توزیع و ایجاد دانش را شامل می‌شود. شفافیت مستلزم پاسخگویی است و سازمان‌های شفاف پاسخ‌گوی اعمال، گفتار و تصمیم‌های خود هستند؛ زیرا این اطلاعات جهت بررسی در دسترس دیگران قرار می‌گیرد (اوگه، ۲۰۱۶). از دیدگاه لیسند و نورین^۳ (۲۰۰۷)، سازمان شفاف، سازمانی است که افراد و ذی‌نفعان آن بتوانند به راحتی اطلاعات مورد نیاز خود را کسب کرده و به منظور شکل دادن به نظرات‌شان و تصمیم‌گیری صحیح و به‌موقع در مورد اقدامات و فرآیندهای درون و برون سازمانی استفاده نمایند. در مبانی نظری و تئوری‌های مختلف نیز اهمیت شفافیت سازمانی همواره مورد تأکید بوده است؛ به‌ویژه در تئوری اصیل- وکیل، شفافیت به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم اصیل برای کنترل وکیل اشاره شده است (پناهی، ۱۳۹۸).

همچنین، دو دیدگاه در مورد شفافیت از دیدگاه دیز^۴ و همکاران (۲۰۱۷) وجود دارد؛ از منظر ابزاری، شفافیت به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به هدف تصور می‌شود (شفافیت برای اعتبار بیشتر، شفافیت برای داشتن مسئولیت اجتماعی بیشتر و شفافیت برای پاسخ‌گویی بیشتر). از طرفی دیدگاه هدف‌گرا، شفافیت خود هدف را تشکیل می‌دهد (استراتژی‌ها/ سیاست‌ها/ اقدامات باید شفاف باشد) (دیز و همکاران، ۲۰۱۷). از دیدگاه کردنائیچ و همکاران (۱۳۹۳)، ابعاد شفافیت سازمانی عبارت‌اند از: مشارکت، اطلاعات اساسی، پاسخ‌گویی و پنهان‌کاری. (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۹۳). بالکین^۵ (۱۹۹۹) نیز، سه نوع شفافیت را شناسایی کرد که هرچند با هم ارتباط دارند؛ اما از نظر تحلیلی با هم متمایزند: اطلاعاتی، مشارکتی و پاسخ‌گویی. بنابراین، شفافیت به‌عنوان داشتن این سه عنصر مهم تعریف می‌شود: اطلاعاتی درست، قابل توجه و مفید؛ مشارکت ذی‌نفعان

1. Ramzan

2. Hou

3. Lisned & Noorin

4. Diez

5. Balkein

در شناسایی اطلاعات مورد نیاز آن‌ها و گزارش عینی و متعادل از فعالیت‌ها و سیاست‌های سازمان که سازمان را مسئول می‌داند.

جمع‌بندی مبانی نظری و تحقیقات پیشین نشان داد که تاکنون هیچ‌یک از تحقیقات داخلی و خارجی، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی را با رویکرد شفافیت سازمانی بررسی نکرده‌اند و از این‌رو، موضوع تحقیق جدید و نوآورانه است. دیگر جنبه تحقیق، بررسی مسئولیت اجتماعی در یک سازمان مانند تأمین اجتماعی است که فعالیت آن به‌عنوان یک نهاد ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی، برجسته‌تر از جنبه اقتصادی فعالیت آن است که قطعاً الگوی عمل متفاوتی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی نسبت به سازمان‌های خصوصی دارد و تاکنون مسئولیت اجتماعی سازمانی با ماهیتی این‌چنینی در تحقیقات علمی بررسی نشده است. از این‌رو، نیاز است از رویکرد اکتشافی مبتنی بر مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته به‌منظور تدوین الگوی تحقیق استفاده شود. در تحقیقات پیشین، در مورد ابعاد مختلف پدیده مسئولیت اجتماعی راهکارهایی بیان شده؛ اما در مورد راهبردهای ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت و عوامل مؤثر بر آن تاکنون هیچ‌گونه تحقیقی انجام نگرفته و شناخت و آگاهی کافی در این خصوص وجود ندارد. بنابراین، برای پرکردن خلاء تحقیقات موجود و ارائه یافته‌های کاربردی برای سازمان تأمین اجتماعی، در این تحقیق از روش تحلیل تم استفاده می‌شود.

۴. روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی - توسعه‌ای می‌باشد. با توجه به اینکه نتایج این تحقیق قرار است برای ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت در سازمان تأمین اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد، از نوع کاربردی است. از طرفی، با توجه به اینکه محقق قصد دارد الگوها و تئوری‌های موجود در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی را در سازمان تأمین اجتماعی و با رویکرد شفافیت سازمانی توسعه دهد، تحقیق از نوع توسعه‌ای به حساب می‌آید؛ همچنین، تحقیق حاضر، از نوع تحقیقات کیفی - کمی است. در این تحقیق، در ابتدا از روش تحلیل تم برای تشکیل مدل و در گام دوم از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری برای اعتبارسنجی مدل طراحی شده استفاده می‌گردد. همچنین، تحقیق حاضر از نوع تحقیقات آمیخته اکتشافی به‌شمار می‌رود. با توجه به اینکه در مورد نحوه ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی دانش کافی وجود ندارد و مخصوصاً در سازمان تأمین اجتماعی با توجه به ماهیت ویژه و اهمیت آن، تاکنون پژوهشی انجام نگرفته، این تحقیق از نوع اکتشافی است.

در مرحله کیفی تحقیق از روش تحلیل تم بهره گرفته شد. مشارکت‌کنندگان در مرحله

کیفی، خبرگان اجرایی در سازمان تأمین اجتماعی و خبرگان دانشگاهی هستند که به صورت هدفمند انتخاب می‌شوند و تا مرحله رسیدن به اشباع نظری از آن‌ها نظرخواهی صورت می‌گیرد. روش گردآوری داده‌ها در این مرحله، انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بود. شرایط انتخاب خبرگان دانشگاهی شامل داشتن حداقل یک کتاب یا یک مقاله در زمینه موضوع تحقیق، داشتن حداقل مدرک دکتری و داشتن مدرک تحصیلی در زمینه‌های مرتبط با موضوع تحقیق بود. همچنین، شرایط انتخاب خبرگان اجرایی در سازمان تأمین اجتماعی شامل حداقل ۵ سال سابقه در پست‌های مدیریتی سازمان تأمین اجتماعی، داشتن حداقل مدرک کارشناسی ارشد و آشنایی با موضوع تحقیق به صورت علمی و اجرایی بود. در مرحله کیفی، از ۱۴ نفر از خبرگان دانشگاهی و همچنین ۱۳ نفر از مدیران دولتی مصاحبه به عمل آمد.

در مرحله دوم تحقیق، به منظور اعتبارسنجی مدل ایجادشده، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس بهره گرفته شد. قبل از انجام محاسبات روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، کفایت حجم نمونه با بهره‌گیری از شاخص KMO و آزمون بارتلت و همچنین، نرمال بودن داده‌ها با آزمون کولکوگروف-اسمیرنوف بررسی شد که نتایج نشان داد که حجم نمونه کافی است و داده‌ها برای انجام محاسبات مدل‌سازی معادلات ساختاری مناسب است. جامعه آماری در مرحله کمی، مدیران و متخصصان سازمان تأمین اجتماعی در شهرستان تهران هستند که به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون و اعتبارسنجی مدل تحقیق نظرخواهی می‌شوند. در این مرحله، حجم نمونه با روش کوکران ۱۶۷ نفر محاسبه شد و با روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده افراد نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، از پرسش‌نامه با طیف ۵ تایی لیکرت استفاده شد که روایی آن توسط ۳ نفر از خبرگان تایید شد. همچنین، پایایی پرسش‌نامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ مقدار ۰/۷۹۵ محاسبه گردید که مقداری مناسب است. مشخصات افراد نمونه در جدول (۱) آورده شده است.

جدول (۱): مشخصات افراد نمونه

عنوان	تعداد
تحصیلات	
دکتری	۱۵
کارشناسی ارشد	۱۱۱
کارشناسی	۵۱
سابقه کاری	
بیش از ۳۰ سال	۱۹
بین ۲۰ تا ۳۰ سال	۱۰۵
بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۴۶
جنسیت	
مرد	۱۳۵
زن	۳۲

۵. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، به منظور گردآوری داده‌ها برای طراحی مدل از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته استفاده شد و داده‌ها با روش تحلیل تم بررسی شدند. گام‌های طی شده به منظور طراحی مدل براساس نظر براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) با روش تحلیل تم به صورت زیر است.

گام اول - آشنایی با داده‌ها

در این مرحله محققان به بررسی مصاحبه‌های انجام گرفته با خبرگان پرداختند. محتوای مصاحبه‌ها دو بار و فاصله زمانی ۲۰ روزه استماع شد تا نکته‌ای از قلم نیفتد. همچنین، در مواردی که در مورد نظر مطرح شده توسط خبرگان ابهام وجود داشت، با آن‌ها تماس برقرار شد تا منظور خود را شفاف‌تر بیان کنند. پس از یادداشت‌برداری از محتوای مصاحبه‌ها، محقق به بررسی و بازخوانی چندباره یادداشت‌ها پرداخت و محتوای آن‌ها را به طور دقیق مورد بررسی قرار داد.

گام دوم - ایجاد کدهای اولیه

در مرحله دوم، پس از بررسی دقیق و با حساسیت محتوای مصاحبه‌ها، محقق به شناسایی کدهای اولیه پرداخت. کد یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نماید که به نظر تحلیل‌گر جالب

1. Braun & Clarke

می‌رسد (براون و کلارک، ۲۰۰۶). روش کار به این شکل بود که محقق برای محتوای بیان شده توسط مصاحبه‌شوندگان که به موضوع خاصی اشاره داشت، یک کد استخراج کرد. برای نمونه در پاسخ این سؤال که "چرا شفافیت در سازمان تأمین اجتماعی ضرورت دارد؟"، خبرگان پاسخ‌هایی به شکل زیر ارائه دادند:

خبره ۱: "سازمان تأمین اجتماعی با بیش از نیمی از مردم سروکار دارد. هرگونه خطا یا فساد در آن بر تمامی ذی‌نفعان مؤثر است و با توجه به اینکه افراد جامعه در این سازمان خود را دارای حق می‌بینند، حساسیت بالایی نسبت به هرگونه خطا و فساد در این سازمان دارند. بنابراین، آنچه در سازمان تأمین اجتماعی اتفاق افتد (حتی اگر بدون هیچ‌گونه خطایی باشد)، باید شفاف‌سازی شود و ذی‌نفعان نسبت به آنچه به آن‌ها مربوط می‌شود، آگاه باشند."

خبره ۲: "گسترده‌ی سازمان تأمین اجتماعی و سازمان‌های زیرمجموعه آن، باعث پیچیدگی زیادی در این سازمان شده و فرآیند شفافیت را با مشکلات زیادی روبه‌رو کرده است. نمی‌توان انتظار داشت سازمان تأمین اجتماعی مانند خیلی از سازمان‌های کوچک بتواند به‌سادگی عملکرد و فرآیندهای اجرایی خود را شفاف‌سازی کند. این عزم از بدنه دولت تا بین مدیران ارشد سازمان تأمین اجتماعی باید ایجاد شود و به‌منظور تحقق آن برنامه‌ریزی بلندمدت انجام شود."

خبره ۳: "متأسفانه در سالیان اخیر در مورد عملکرد و شرایط مالی سازمان تأمین اجتماعی ابهامات و حساسیت‌های زیاد ایجاد شده و از آن به‌عنوان یک سازمان ورشکسته یا در آستانه ورشکستگی یاد می‌شود. مردم در این شرایط نسبت به آنچه در این سازمان اتفاق می‌افتد نگران هستند و اگر شفافیت وجود نداشته باشد، این نگرانی بیشتر می‌شود."

همچنین، چند نمونه متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده برای اقدامات و راهبردهای ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول (۲): نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها و کدهای شناسایی شده

کد شناسایی شده	متن مصاحبه
تاکید و حمایت عملی مدیریت از شفافیت سازمانی	حرف و عمل مدیران در زمینه شفافیت باید یکسان باشد. اینکه مدیری شعار شفافیت بدهد و در عمل خلاف آن رفتار کند مانع بزرگی در مسیر شفافیت کند.
رویکرد استراتژیک در زمینه شفافیت سازمانی	مدیران تأمین اجتماعی برای رسیدن به نقطه مطلوب در زمینه شفافیت باید برنامه بلندمدت داشته باشند.
پیشگامی در زمینه شفافیت	مدیریت باید پایبندی به شفافیت را از خود شروع کند.

ادامه جدول (۲): نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها و کدهای شناسایی شده

کد شناسایی شده	متن مصاحبه
نگاه مثبت به تغییرات مربوط به شفافیت	معمولاً تغییرات سازمانی از جمله شفافیت با مقاومت‌های شدیدی روبرو می‌شود. اینکه فرد بخواهد اطلاعات کاری خود را افشا کند بسیار سخت است. مدیران باید خودشان نگاه مثبت در کارکنان در مورد شفافیت ایجاد کنند.
بهره‌گیری از رویکرد علمی در زمینه شفافیت	هم فرآیند شفافیت باید علمی باشد و هم نحوه پیاده‌سازی آن. اینکه مدیران چگونه اقدامات لازم برای شفافیت را برنامه‌ریزی کنند و همچنین پذیرش آن اقدامات را برای اجرا در بین کارکنان ایجاد کنند با نگاه علمی موفق‌تر است.
توسعه ارتباط مستمر با ذی‌نفعان بیرونی	سازمان تأمین اجتماعی ذی‌نفعان متعددی دارد که باید بتواند با تمام آن رابطه مطلوب برقرار کند و از انتظارات و خواسته‌های آنان آگاهی داشته باشد.

گام سوم - جستجوی تم‌ها

در این مرحله، کدهایی که از متن مصاحبه‌ها در مرحله قبل استخراج بود و از نظر محتوایی با هم اشتراک داشتند، توسط محقق ادغام گردید و مؤلفه‌ها را شکل دادند. همچنین، مؤلفه‌هایی که از نظر محتوایی دارای اشتراک بودند، با هم ادغام گردید و بعدها را شکل دادند.

گام چهارم - بازبینی تم‌ها

در این گام، محققان به بررسی و بازبینی مجدد تم‌های استخراج‌شده پرداختند و نتایج کدگذاری را با نتایج شناسایی تم‌ها و همچنین مبانی علمی موجود انطباق دادند. همچنین، نقشه تم‌ها آماده شده و بررسی گردید که نشان داد دارای ساختاری قابل قبول و مطلوب است.

گام پنجم - تعریف و نام‌گذاری تم‌ها

پس از اینکه تم‌های نهایی شدند و دسته‌بندی مورد تایید قرار گرفت، نسبت به نام‌گذاری تم‌ها اقدام گردید.

نهایتاً، نتایج تحلیل تم مربوط به راهبردها و اقدامات شفافیت سازمانی در راستای ارتقای مسئولیت اجتماعی در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول (۳): نتایج تحلیل تم راهبردها و اقدامات ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی

بعد	مؤلفه	شاخص
راهبردهای مدیریتی	مدیریت تحول مدار	تاکید و حمایت عملی از شفافیت سازمانی، رویکرد استراتژیک در زمینه شفافیت سازمانی، پیشگامی در زمینه شفافیت، نگاه مثبت به تغییرات مربوط به شفافیت و بهره‌گیری از رویکرد علمی در زمینه شفافیت
	مدیریت روابط بیرونی	توسعه ارتباط مستمر با ذی‌نفعان بیرونی، اطلاع رسانی و ارائه مداوم اخبار و اطلاعات سازمان به ذی‌نفعان بیرونی، پایش مستمر انتظارات و خواسته‌های مشتریان، رسیدگی به شکایات و اعتراضات ذی‌نفعان و پاسخگویی به ذی‌نفعان بیرونی
	روابط مؤثر با کارکنان	اعتمادسازی مدیریت با کارکنان، مدیریت مشارکتی، انگیزش کارکنان و حمایت از کارکنان
راهبردهای مالی	آشکارسازی مالی (افشای مالی)	ارائه گزارشات مالی مستمر، ارائه گزارش‌های متناسب به سهام‌داران و ذی‌نفعان، شفاف‌سازی مصارف منابع مالی، شفاف‌سازی درآمدها و شفاف‌سازی بودجه‌بندی سازمانی و مبنای اجرای آن
	پایش مالی	انجام حسابرسی‌های منظم، پایش فرآیندهای مالی، نظارت بر سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه فرآیند بازخورد
راهبردهای ساختاری	مدیریت اطلاعات سازمانی	جریان آزاد اطلاعات، پالایش اطلاعات، توسعه کانال‌های رسمی جریان اطلاعات، افشای هدفمند اطلاعات و تقویت حافظه سازمانی
	اصلاح ساختار سازمانی	کاهش سلسله مراتب، تسهیل ارتباطات پایین به بالا، کاهش بوروکراسی، کاهش پیچیدگی ساختاری و تسهیل ارتباط بین مدیران و کارکنان
راهبردهای تکنولوژی	توسعه سازمان الکترونیک	تقویت زیرساخت‌های فناوری، توسعه سیستم‌های اطلاعاتی، توسعه هوشمندی سازمانی در زمینه شفافیت، توسعه خدمات الکترونیک به مشتریان و توسعه ارتباط الکترونیک با ذی‌نفعان
	کاربرد فناوری‌های نوین	بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی، توسعه وب‌سایت، افزایش درک فناوری در بین کارکنان، پایش فناوری‌های نوین و بومی‌سازی فناوری‌های نوین در فعالیتهای سازمانی
راهبردهای مدیریت منابع انسانی	نظام‌های منابع انسانی	شفافیت انتصابات سازمانی، شفافیت در جذب و استخدام کارکنان، شفافیت جبران خدمات کارکنان، شفافیت ارتقای شغلی کارکنان و شفافیت نظام ارزیابی عملکرد
	سیستم‌های نرم سازمانی	توسعه فرهنگ شفافیت، سوت‌زنی سازمانی، ترویج مقابله با فساد، مقابله سخت‌گیرانه با متخلفان و پنهان کاران، توسعه جو حمایت از شفافیت، خلاقیت و نوآوری در زمینه شفافیت و توسعه سیستم‌های مدیریت دانش

همچنین، در این تحقیق فرآیند تحلیل تم برای پیشران‌ها و محرک‌ها که همان ابعاد مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی هستند، انجام گرفت. یافته‌های به‌دست آمده از تحلیل تم در جدول (۴) قابل مشاهده است.

جدول (۴): نتایج تحلیل تم مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی (پیشران‌ها)

بعد	مؤلفه	شاخص
مسئولیت اجتماعی شرکتی	مسئولیت‌پذیری اقتصادی	ارائه خدمات با کیفیت، تنوع بخشی به خدمات، نفع و سود منصفانه در ارائه خدمات، مدیریت ارتباط با مشتریان، کارایی عملیاتی، مدیریت هزینه‌ها و ارتقای بهره‌وری
	مسئولیت‌پذیری استراتژیک	برند اجتماعی، شهرت و اعتبار سازمان، اعتماد جامعه به سازمان، ارتباط مؤثر با ذی‌نفعان مختلف، رعایت حقوق سهام‌داران، درآمدزایی و سودآوری پایدار و رقابت‌پذیری
	مسئولیت‌پذیری قانونی	مقابله با فساد، رعایت قوانین منطقه‌ای و محلی، ایمنی و بهداشت کارکنان، رعایت قوانین و حقوق شهروندی، توسعه اشتغال به‌ویژه در مناطق محروم و روستایی، رعایت مسئولیت قانونی در قبال سهام‌داران و ذی‌نفعان، حمایت از نیروی کار در جامعه و حمایت از کارکنان و سرمایه‌های انسانی سازمان
	مسئولیت‌پذیری اخلاقی و دینی	رفتار توأم با صداقت با جامعه، رعایت و احترام به ارزش‌های دینی، رعایت عدالت و انصاف در ارتباط با جامعه، رعایت اخلاق حرفه‌ای، ترویج مبانی دینی و اخلاقی در جامعه و بهره‌گیری از مدیریت اسلامی
	مسئولیت‌پذیری نوع دوستانه	حقوق بشر، مقابله با تبعیض قومی و نژادی، مقابله با تبعیض جنسیتی، رعایت کرامت انسانی نسبت به مشتریان و کارکنان، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و مشارکت در فعالیتهای عام‌المنفعه
	مسئولیت‌پذیری زیست محیطی	مدیریت مصرف انرژی، سرمایه‌گذاری در حفظ محیط زیست، توسعه سیستم‌های الکترونیک بدون کاغذ (پیپر لس)، همکاری با نهادها و سازمان‌های فعال محیط زیست و مدیریت پسماندها

نهایتاً، براساس نظرات خبرگان و یافته‌های تحلیل تم، عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی و همچنین پیامدهای ایجادشده شناسایی گردید. براساس یافته‌های دو دسته عوامل مؤثر شامل عوامل تعدیل‌گر و عوامل زمینه‌ای شناسایی گردید. یافته‌های تحلیل تم برای عوامل مؤثر و پیامدها در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول (۵): یافته‌های تحلیل تم عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی و پیامدهای آن

بعد	مؤلفه	شاخص
عوامل تعدیل‌گر	ویژگی‌های مدیریت سازمان	سابقه کاری مدیریت، تحصیلات مدیریت، تخصص مدیریت، سن مدیریت و جنسیت مدیریت
	فرهنگ سازمانی	هنجارهای سازمانی، فرهنگ محافظه کاری، باورها و اعتقادات حاکم بر سازمان و پذیرش تغییر
	ملاحظات سازمانی	سیاست‌های امنیتی سازمان، ملاحظات رقابتی سازمان، سیاست‌های مدیریتی سازمان و سیاست‌های بالادستی
	نارسایی‌های اداری	ضعف در فرآیندهای سازمانی، ضعف ضوابط و دستورالعمل‌های اجرایی، ضعف قوانین و مقررات سازمانی و ضعف تشکیلات اداری
	نارسایی‌های ارتباطی	سکوت کارکنان، زیرآب‌زنی و سیاه‌نمایی، تعارضات بین فردی، ضعف کانال‌های ارتباطی، روابط غیررسمی و گروه‌های فشار در سازمان
	محیط اقتصادی	تورم، قدرت خرید مصرف‌کننده، وضعیت اشتغال و تحریم
عوامل زمینه‌ای	محیط اجتماعی و فرهنگی جامعه	حاکمیت ارزش‌های دینی در جامعه، حاکمیت ارزش‌های ملی و میهنی، تنوع قومی و نژادی در جامعه، فاصله قدرت در جامعه، اجتناب از عدم قطعیت و جهت‌گیری بلندمدت در جامعه
	محیط سیاسی	احزاب و گروه‌های سیاسی، انجمن‌ها و نهادهای مردم نهاد، مشارکت سیاسی مردم و روابط بین‌المللی
	محیط قانونی	الزامات و دستورالعمل‌های قانونی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، الزامات قانونی مجلس، سیاست‌های دولت و الزامات اسناد بالادستی (سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، اقتصاد مقاومتی، بیانیه گام دوم انقلاب و ...)
پیامدها	پیامدهای سازمانی	بهبود عملکرد سازمانی، تحقق اهداف سازمانی، نگرش مثبت به سازمان، افزایش اعتماد به سازمان و تعالی سازمانی
	پیامدهای ذی‌نفعان	رضایت ذی‌نفعان، وفاداری ذی‌نفعان، اعتماد ذی‌نفعان، تحقق انتظارات ذی‌نفعان و تأمین منافع ذی‌نفعان
	پیامدهای کارکنان	مشارکت کارکنان، بهبود عملکرد کارکنان، رضایت کارکنان، تعهد کارکنان و رفتار شهروندی کارکنان
	پیامدهای جامعه	ارتقای رفاه عمومی، تقویت اخلاق مداری، کاهش مسائل و آسیب‌های اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه و تقویت مشارکت شهروندان

براساس متغیرهای شناسایی شده و تعیین روابط بین آنها با نظرخواهی از خبرگان، مدل مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی طراحی شد. مدل از ۵ جزو پیشرانها، اقدامات و راهبردها، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و پیامدها تشکیل شده است. مدل تحقیق در شکل (۱) ارائه گردیده است.



شکل (۱): مدل ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی

۶. اعتبارسنجی مدل پژوهش

به منظور تایید اعتبار مدل تحقیق و براساس خروجی روش تحلیل تم، پرسشنامه‌ای طراحی شد. در این پرسشنامه، برای تمامی متغیرهای مکنون که در مدل تحقیق وجود دارد، سؤالاتی براساس پرسشنامه‌های استاندارد موجود طراحی گردید. پرسشنامه به ۵ قسمت پیشران‌ها، اقدامات و راهبردها، عوامل زمینه‌ای، عوامل تعدیل‌گر و پیامدها تقسیم گردید. داده‌های حاصل شده از پرسشنامه‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شد. در ادامه یافته‌ها ارائه گردیده است.

در این تحقیق برای تأیید یا رد فرضیات از مدل معادلات ساختاری و به‌طور اخص تحلیل مسیر با نرم‌افزار آماری PLS استفاده شده است. در مدل ساختاری روابط علی بین پیشران‌ها، اقدامات و راهبردها، عوامل زمینه‌ای، عوامل تعدیل‌گر و پیامدها ارائه شده است. در ابتدا برای اعتبارسنجی مدل، باید از کفایت حجم نمونه که ۱۶۷ نفر بود، اطمینان حاصل شود. روش‌های مختلفی برای بررسی کفایت نمونه‌گیری وجود دارد که از جمله آن‌ها آزمون KMO می‌باشد که مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است. از سوی دیگر، برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌هایی که پایه تحلیل قرار می‌گیرد، در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت^۱ (t) استفاده شد. به عبارتی، با استفاده از آزمون بارتلت می‌توان از کفایت نمونه‌گیری اطمینان حاصل نمود. خروجی آزمون KMO و بارتلت در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول (۶): نتایج محاسبه شاخص KMO و آزمون بارتلت

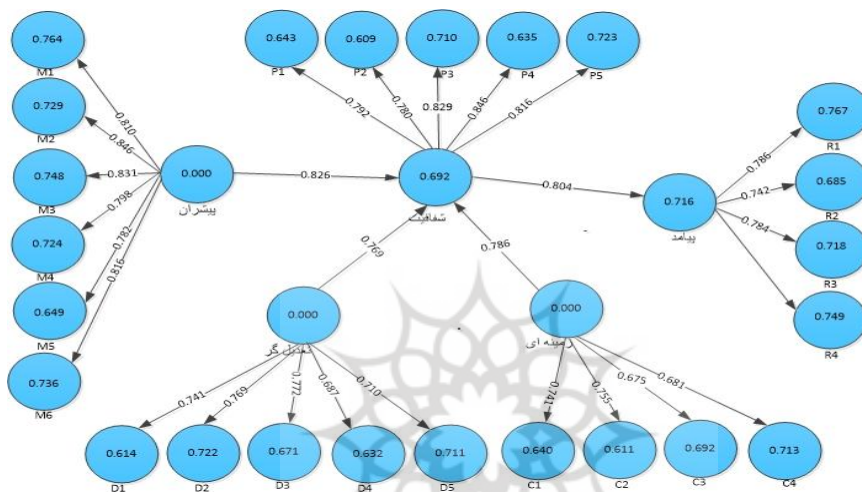
شاخص	KMO	بارتلت	Sig	درجه آزادی	نتیجه آزمون
مقدار	۰/۸۱۷	۲۵۴۴۹/۴۵	۰/۰۰۰	۷۵	تایید

با توجه به جدول فوق اندازه کفایت نمونه^۱ (KMO) و همچنین آزمون معناداری کرویت نمونه بارتلت^۳ نیز در تحلیل عاملی توسط SPSS به ترتیب برابر با ۰/۸۱۷ و ۰/۰۰۰ است که نشان‌دهنده کفایت نمونه‌ها برای انجام تحلیل عاملی است.

پس از تایید کفایت حجم نمونه، مدل ساختاری تحقیق آزمون شده است. خروجی نرم‌افزار PLS نشان‌دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش‌یافته است؛ همچنین شکل (۲) و (۳)

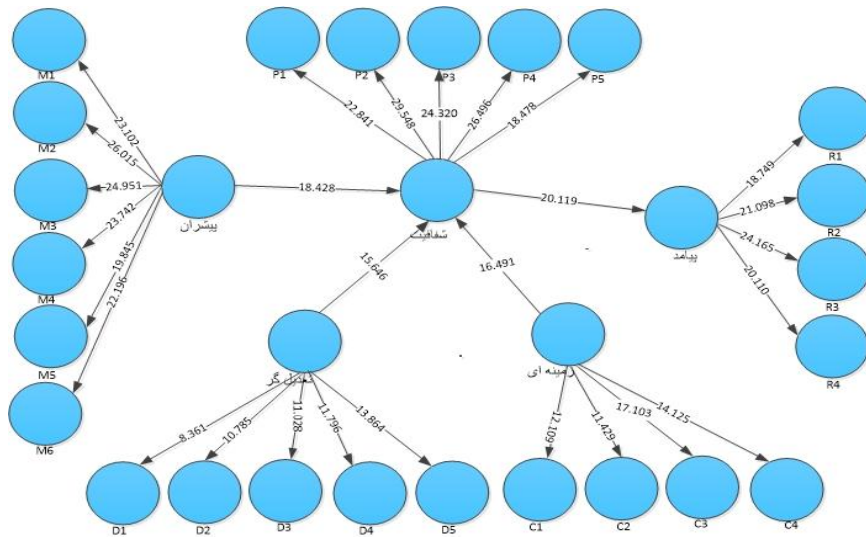
1. Bartlett Test
2. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy
3. Bartlett's Test of Sphericity Sig

معناداری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل ساختاری تحقیق را نشان می‌دهد. ضرایب به دست آمده زمانی معنادار است که مقدار آزمون معناداری آن از عدد $1/96$ بزرگ‌تر و از عدد $1/96$ - کوچک‌تر باشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، شدت اثر پیشران‌ها بر اقدامات و راهبردهای شفافیت $0/826$ و عوامل زمینه‌ای و عوامل تعدیل‌گر بر اقدامات و راهبردها به ترتیب برابر با $0/786$ و $0/769$ می‌باشد که با توجه به مقادیر t معنادار است؛ همچنین شدت اثر اقدامات و راهبردها بر پیامدها $0/804$ و معنی‌دار است.



شکل (۲): مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

ضمناً، ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل‌های معادلات ساختاری، اعداد معناداری t است. اگر مقدار آماره t خارج از بازه $(-1/96$ تا $+1/96)$ قرار گیرد، در سطح اطمینان 95% معنادار است و اگر مقدار آماره t درون این بازه قرار گیرد، در نتیجه ضریب مسیر برآورد شده معنادار نیست و فرضیه متناسب با آن رد می‌شود. شکل (۳) مدل مفهومی پژوهش را در حالت معناداری ضرایب نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، کلیه ضرایب خارج از بازه قرار دارند و بنابراین، تمامی آن‌ها معنادار هستند.



شکل (۳): مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب معنی‌داری

جدول (۷) روابط بین اجزای مدل را نمایش داده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، تمامی ضرایب مسیر معنادار هستند و بنابراین، روابط تعریف‌شده در مدل تحقیق مورد تایید قرار می‌گیرند.

جدول (۷): نتایج تحلیل مسیر

ردیف	مسیر	ضریب مسیر	t-Value	نتیجه
۱	پیشران‌ها	۰/۸۲۶	۱۸/۴۲۸	تایید
۲	عوامل زمینه‌ای	۰/۷۸۶	۱۶/۴۹۱	تایید
۳	عوامل تعدیل‌گر	۰/۷۶۹	۱۵/۴۶۴	تایید
۴	شفافیت	۰/۸۰۴	۲۰/۱۱۹	تایید

همچنین، برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش، ضریب تعیین متغیرهای پنهان درون‌زای مدل محاسبه شد. مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضریب تعیین ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شود. با توجه به نمودار نتایج تحقیق، مقادیر ضریب تعیین برای متغیر راهبردها و اقدامات شفافیت مقدار ۰/۶۹۲ و برای متغیر پیامدها ۰/۷۱۶ است که همگی بالای ۰/۳۳ بوده و نشان از برازش مناسب مدل دارد. ضمناً معیار آزمون کیفیت مدل ساختاری (Q^2) توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) برای قدرت پیش‌بینی مدل ارائه شد. به اعتقاد

آن‌ها مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبولی هستند، باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را تعیین نموده‌اند (هنسلر و همکاران، ۲۰۰۹). با توجه به جدول (۸) و مقادیر افزونگی یا ضریب تغییرات شاخص افزونگی^۱ کیفیت مدل قوی است.

جدول (۸): مقادیر CV Red

مقدار CV Red	متغیر
۰/۳۴	راهبردها و اقدامات شفافیت
۰/۳۱	پیامدها

معیار GOF نیز مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است؛ بدین معنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید؛ به طوری که میانگین Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه بوده و $Ave R^2$ سازه‌های درون‌زای مدل است. با توجه به جدول (۹) و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۵ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF و حصول عدد ۰/۶۳ برای این مدل، نشان از برازش بسیار مناسب مدل تحقیق است.

جدول (۹): میزان communality و R^2 متغیرهای تحقیق

متغیر	communality	R^2
پیشران‌ها	۰/۵۵	-
شفافیت	۰/۶۳	۰/۶۹۲
عوامل زمینه‌ای	۰/۵۶	۰/۷۱۶
عوامل مداخله‌گر	۰/۵۱	-
پیامدها	۰/۶۱	-
میانگین	۰/۵۷	۰/۷۰۴
GOF	۰/۶۳	$\sqrt{AveR^2 \times (Ave\ of\ communalities)}$

1. CV Red

۷. نتیجه‌گیری

در کشور ایران با توجه به اینکه سازمان تأمین اجتماعی با تعداد زیادی از آحاد مردم سروکار دارد و همچنین بحث مسئولیت اجتماعی با اهداف و مأموریت سازمانی آن تناسب زیادی دارد، موضوع مسئولیت اجتماعی در این سازمان و طراحی مدلی بدین منظور ضرورت دارد. از طرفی، بهره‌گیری از رویکرد شفافیت سازمانی می‌تواند مکملی برای بحث مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی باشد. در زمینه موضوع مسئولیت اجتماعی در بین تحقیقات داخلی و خارجی شکاف وجود دارد و با توجه به جدیدبودن موضوع، تحقیقات محدودی در این زمینه انجام گرفته است. از این‌رو، در این تحقیق تلاش شد مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تأمین اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی طراحی گردد. بدین منظور، از مجموعه‌ای از خبرگان دانشگاهی و اجرایی برای طراحی مدل تحقیق مصاحبه نیمه ساختاریافته به عمل آمد. همچنین، پس از طراحی مدل نسبت به اعتبارسنجی آن در سازمان تأمین اجتماعی اقدام گردید که براساس یافته‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری، مدل مورد تایید قرار گرفت.

در الگوی این تحقیق، ۶ بعد برای مسئولیت اجتماعی (پیشران‌ها) در سازمان تأمین اجتماعی شناسایی شد. این ابعاد شامل مسئولیت‌پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری استراتژیک، مسئولیت‌پذیری قانونی، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و دینی، مسئولیت‌پذیری نوع دوستانه و مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی هستند. ابعاد شناسایی شده تمامی جوانب مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی که مرتبط با فعالیت سازمان تأمین اجتماعی است را دربر می‌گیرد. ابعاد شناسایی شده در این تحقیق با مدل‌های پایه در زمینه مسئولیت اجتماعی سازگاری دارد. برای نمونه مدل کارول (۱۹۹۱) که معروف‌ترین مدل در زمینه مسئولیت اجتماعی است، شامل ابعاد ۴گانه مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه است که مدل ارائه شده در این تحقیق، دو بعد مسئولیت استراتژیک و زیست‌محیطی را به آن افزوده و مدل کارول را توسعه داده است. البته، مؤلفه‌های دینی و مذهبی نیز در بعد اخلاقی گنجانده شده در سایر مدل‌ها دیده نشده است. همچنین، مدل تحقیق حاضر، با قواعد و اصول مطرح شده در ایزو ۲۶۰۰۰ نیز سازگار است و حتی شفافیت سازمانی به‌عنوان یکی از اصول هفت‌گانه مسئولیت اجتماعی در ایزو ۲۶۰۰۰ مطرح شده که در این تحقیق از این رویکرد بهره گرفته شده است. همچنین، ابعاد مسئولیت اجتماعی شناسایی شده اگرچه ویژه و خاص سازمان تأمین اجتماعی است؛ اما با سایر مدل‌های مطرح شده در سایر سازمان‌ها از جمله مدل سینگ و میسرا (۲۰۲۱)، خامیس و اسمایل (۲۰۲۱)، قربانی و همکاران (۱۳۹۹) و ابراهیمی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) که در قسمت پیشینه تحقیق تشریح شد، هم‌راستا است.

ضمناً مهم‌ترین جزء و محور مدل تحقیق، مربوط به راهبردها و اقدامات ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی است. اینکه چگونه می‌توانیم با اقدامات شفافیت سطح مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی را ارتقا داد، مهم‌ترین مسئله این تحقیق بود. براساس یافته‌های به‌دست آمده، ۵ دسته راهبرد شامل راهبردهای مدیریتی، مالی، ساختاری، فناوری و مدیریت منابع انسانی است. در تحقیقات گذشته، کمتر مدلی برای ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی و ابعاد آن طراحی شده است؛ با این وجود راهبردهای شناسایی شده در این تحقیق با آنچه در تحقیقات مختلف بدان‌ها اشاره شده است، هم‌راستا است. برای نمونه، ساختار سه‌بعدی اسپنکنبرگ و همکاران (۲۰۲۰) بیشتر بر اهمیت اطلاعات در شفافیت تأکید کرده است؛ اما مدل این تحقیق بسیار جامع‌تر است و ابعاد مدیریتی، منابع انسانی و ساختاری را بدان افزوده است. همچنین، مدل هفت‌بعدی لورنکو (۲۰۱۷) نیز بر عنصر اطلاعات، فناوری و سازمان در شفافیت تمرکز دارد و جنبه‌های مدیریتی و منابع انسانی را در شفافیت مد نظر قرار نداده است. همچنین، مدل چهاربعدی کاشف و همکاران (۱۳۹۷) توسط مدل تحقیق به‌طور کامل پوشش داده شده و بسیار جامع‌تر از آن است و جنبه‌های رفتاری و انسانی را بدان افزوده است.

در مدل تحقیق، علاوه بر پیشران‌ها و راهبردها، دو دسته عوامل مؤثر شامل عوامل تعدیل‌گر و عوامل زمینه‌ای شناسایی گردید. عوامل تعدیل‌گر، عواملی هستند که آثار انجام اقدامات شفافیت در سازمان تأمین اجتماعی را با تأثیر خود تعدیل می‌کند و مجموعه‌ای از عوامل مربوط به ویژگی‌های مدیریت سازمان، فرهنگ و ملاحظات سازمانی و نارسایی‌های اداری و ارتباطی را دربر می‌گیرد. همچنین، عوامل زمینه‌ای، عواملی است که اقدامات و راهبردهای شفافیت سازمانی در بستر آن‌ها انجام می‌شود و می‌تواند میزان اثربخشی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. عوامل زمینه‌ای شامل محیط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و قانونی هستند. نهایتاً در الگوی تحقیق مجموعه‌ای از پیامدها از جمله پیامدهای سازمانی، کارکنان، ذی‌نفعان و جامعه است که از اجرای اقدامات شفافیت در سازمان تأمین اجتماعی حاصل می‌شود. الگوی طراحی شده در این تحقیق، ساختاری نظام‌مند و جامع دارد و متغیرهای شناسایی شده در تعامل با هم می‌تواند زمینه ارتقای مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی را با بهره‌گیری رویکرد شفافیت سازمانی فراهم کند.

براساس نتایج این تحقیق، پدیده مسئولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی شامل ابعاد چندگانه است و برای ارتقای سطح آن می‌توان از راهبردهای مبتنی بر شفافیت سازمانی بهره

گرفت. مقدار ضریب تعیین محاسبه شده برای راهبردها و اقدامات شفافیت مقدار ۰/۶۹۲ و برای متغیر پیامدها ۰/۷۱۶ است. از این رو، می توان نتیجه گرفت که با اجرای اقدامات و راهبردها، می توان ۷۱/۶ درصد از تغییرات پیامدها را پیش بینی کرد که مقداری قابل قبول و مطلوب است. نهایتاً پیشنهاد می گردد در تحقیقات آتی میزان اثربخشی راهبردهای شناسایی شده در الگوی تحقیق به صورت مجزا بررسی گردد و موانع اجرای آن در سازمان تأمین اجتماعی شناسایی شود. محدودیت تحقیق نیز این است که نتایج الگوی طراحی شده مربوط به سازمان تأمین اجتماعی است و قابل تعمیم به سایر سازمان ها نیست. پیشنهادهای کاربردی تحقیق شامل موارد زیر است:

۸. پیشنهادهای کاربردی

- پیشنهاد می گردد با بهره گیری از ابزارهای مختلف و بهره گیری از آموزش و سایر روش های ترویجی، فرهنگ سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی به سمت حمایت از اقدامات مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی مرتبط با آن سوق داده شده شود.
- پیشنهاد می گردد اسناد بالادستی و سیاست ها در سازمان تأمین اجتماعی در جهت حمایت از اقدامات مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی مرتبط با آن تنظیم شود و بستر قانونی لازم برای اجرای این اقدامات ایجاد گردد.
- پیشنهاد می گردد تأثیر عوامل محیطی بر فعالیت سازمان تأمین اجتماعی در زمینه مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی توسط تعدادی از متخصصان و خبرگان پایش و بررسی گردد و اقدامات لازم جهت مقابله با تهدیدها و استفاده از فرصت های محیطی انجام پذیرد.
- پیشنهاد می گردد مدیران در سازمان تأمین اجتماعی آموزش لازم را در زمینه مباحث مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی ببینند و این دانش را به سایر کارکنان منتقل کنند.
- پیشنهاد می گردد اهداف و برنامه استراتژیک برای اقدامات ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی که در این تحقیق شناسایی شد، تدوین گردد و الزامات اجرایی و نحوه پایش پیشرفت آن ها تعیین شود.
- پیشنهاد می گردد زمینه های توسعه شفافیت در سازمان تأمین اجتماعی در راستای منافع ذینفعان شناسایی گردد و دستورالعمل های لازم برای ارتقای شفافیت در این حوزه ها تهیه گردد.

- پیشنهاد می‌گردد فرآیندهای سازمانی و تشکیلات اداری در سازمان تأمین اجتماعی در راستای ارتقای شفافیت سازمانی آسیب‌شناسی گردد و اصلاحات لازم در مسیر ارتقای شفافیت در این زمینه‌ها انجام پذیرد.

۹. سپاسگزاری

در پایان این مقاله لازم است از تمامی کسانی که در این پژوهش به ما یاری و کمک کردند، تقدیر، تشکر و سپاسگزاری کنیم.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



- ابراهیمی پور، حسین؛ فتحی، فاطمه؛ هوشمند، الهه؛ تقی پور، علی و حسینی، جواد. (۱۳۹۹). وضعیت مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن در بیمارستان‌های دولتی شهر مشهد: مطالعه مقطعی. فصل‌نامه مدیریت سلامت، س ۲۳، ش ۱، صص ۱۰۲-۱۱۱. قابل بازیابی از:
<https://jha.iums.ac.ir/article-1-3209-fa.html>
- اختری، سجاد و دارابی، لطف‌الله. (۱۳۹۸). شفافیت از دیدگاه حکومت اسلامی و حکمرانی خوب. فصل‌نامه نظارت و بازرسی، ش ۴۷، صص ۷۵-۹۰. قابل بازیابی از:
http://si.jrl.police.ir/article_92135.html
- بایرام پور، بهزاد؛ محمدیان، محسن و حقیقی، مسعود. (۱۴۰۰). طراحی الگویی برای تعیین عوامل مؤثر در بروز فساد اداری و بررسی نقش نظارت و شفافیت سازمانی در پیشگیری از آن. فصل‌نامه نظارت و بازرسی، ش ۵۵، صص ۷۱-۱۰۰. قابل بازیابی از:
http://si.jrl.police.ir/article_96449.html
- پناهی، بلال. (۱۴۰۰). فراتحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن در پژوهش‌های انجام شده در ایران. نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، انتشار آنلاین از تاریخ ۱۸ خرداد ۱۴۰۰. قابل بازیابی از:
https://jomc.ut.ac.ir/article_81690.html?lang=fa
- پناهی، بلال. (۱۳۹۸). ارزیابی نقش شفافیت سازمانی بر تعارضات سازمانی با میانجی‌گری ارتباطات سازمانی اثربخش (مورد مطالعه: سازمان آب منطقه‌ای آذربایجان شرقی). مجله مدیریت سازمان‌های دولتی، س ۷، ش ۴، صص ۳۸-۲۵. قابل بازیابی از:
https://ipom.journals.pnu.ac.ir/article_6227.html
- حسینی امیری، مسعود و خراسانی، زهرا. (۱۳۹۷). کارکردهای مسئولیت اجتماعی بر ارتقای سطح عملکرد کسب و کارها. کاوش‌های مدیریت بازرگانی، س ۱۰، ش ۲۰، صص ۹۱- قابل بازیابی از:
http://bar.yazd.ac.ir/article_1321.html
- دیهیم پور، مهدی و دولتی حسن. (۱۳۹۹). تأثیر شفافیت سازمانی بر پارانویید سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. مدیریت سرمایه اجتماعی، س ۷، ش ۳، صص ۳۹۸-۳۷۳. قابل بازیابی از:
https://jscm.ut.ac.ir/article_77510.html

- کاشف، حسنا؛ تقوایی یزدی، مریم و نیازآذری، کیومرث. (۱۳۹۷). طراحی مدل شفافیت سازمانی به منظور توانمندسازی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، س ۱۲، ش ۴۴، صص ۱۵۸-۱۴۵. قابل بازیابی از:

https://edu.garmsar.iau.ir/article_543296.html

- کردنایچ، اسدالله؛ فانی، علی اصغر و مسعودی، زهرا. (۱۳۹۳). فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان. مدیریت فرهنگ سازمانی، س ۱۲، ش ۲، صص ۱۸۹-۱۷۳.

قابل بازیابی از: https://jomc.ut.ac.ir/article_51179.html?lang=fa

- گل پور، حمیدرضا؛ نبی پور، محمد؛ اسماعیلی، مهدی و کاظمی، مهدی. (۱۴۰۱). جایگاه شفافیت و پاسخ گویی در مبارزه با فساد در معاملات دولتی. فصلنامه نظارت و بازرسی، ش ۶۰، صص ۷۳-۹۸. قابل بازیابی از:

http://si.jrl.police.ir/article_99275.html

- قربانی، محمدجواد؛ فقیهی، ابوالحسن و عزیزی، شهریان. (۱۳۹۹). الگوی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پالایش نفت، به روش پژوهش آمیخته اکتشافی. مدیریت فرهنگ سازمانی، س ۱۸، ش ۵۵، صص ۲۶-۱.

قابل بازیابی از: https://jomc.ut.ac.ir/article_73763.html?lang=fa

- نرگسیان، عباس و جمالی، قاسم علی. (۱۳۹۸). وضعیت شفافیت در سازمان‌های حاکمیتی ایران. دولت پژوهی، س ۵، ش ۱۸، صص ۲۰۹-۲۴۳. قابل بازیابی از:

https://tssq.atu.ac.ir/article_11662.html

- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 242 (1), pp. 1e12.

- Albu, O. B. & Flyverbom, M. (2016). Organizational Transparency: Conceptualizations, Conditions, and Consequences. *Business & Society*.

- Alessandro, M., Lagomarsino, B.C., Scartascini, C. Streb, J. & Torrealday, J. (2021). Transparency and Trust in Government. Evidence from a Survey Experiment. *World Development*, 138, pp.105223.

- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academic Management Review*. 4 (4), pp. 497-505.

- Christensen, L. T. & Cornelissen, J. (2015). Organizational transparency as myth and metaphor. *European Journal of Social Theory*, 18 (2), pp.132-149.

- Conte, F., Sardanelli, D., Vollero, A. & Siano, A. (2022). CSR signaling in controversial and noncontroversial industries: CSR policies, governance structures, and transparency tools. *European Management Journal*.

- Deng, X., Long, X., Schuler, D. A., Luo, H., & Zhao, X. (2020). External corporate social responsibility and labor productivity: A S-curve relationship and the moderating role of internal CSR and government subsidy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), pp. 393–408.
- Diez, E. B., Odriozola, M. D. & Sánchez, J. L. F. (2017). A Survey of Transparency: an Intrinsic Aspect of Business Strategy. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), pp. 480-489.
- Eurosif. European SRI Study 2016.
- Fatima, T. & Elbanna, S. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation: A Review and a Research Agenda Towards an Integrative Framework. *Journal of Business Ethics*.
- Franco, S., Caroli, M.G., Cappa, F., Del Chiappa, G. (2020). Are you good enough? CSR, quality management and corporate financial performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. 102395.
- Feng, Z.Y., Chen, C.R., Tseng, Y.J. (2018). Do capital markets value corporate social responsibility? Evidence from seasoned equity offerings. *Journal of Banking & Finance*, 94, pp.54–74.
- Ghanbarpour, T. & Gustafsson, A. (2022). How do corporate social responsibility (CSR) and innovativeness increase financial gains? A customer perspective analysis. *Journal of Business Research*, 140, pp. 471–481.
- Hou, T.C.T. (2019). The relationship between corporate social responsibility and sustainable financial performance: firm-level evidence from Taiwan. *Corporate social responsibility and Environment Management*. 26 (1), pp. 19e28.
- Khamis, N. I. & Ismail, K. (2021). The impact of corporate social responsibility on corporate image in the construction industry: a case of SMEs in Egypt. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), pp.128-146.
- Kim, H. & Lee, T. H. (2018) Strategic CSR Communication: A Moderating Role of Transparency in Trust Building. *International Journal of Strategic Communication*, 12(2), pp.107-124.
- KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting. (2017).
- K., & Leitoniene, S. (2015). Business information transparency: Causes and evaluation possibilities. *Procedia – Social and behavioral sciences*, 213 (20th international scientific conference economics and management 2015 (ICEM-2015)), pp.340–344.
- Lourenco, R. P. (2015). An analysis of open government portals: A perspective of transparency for accountability. *Governmental Information Quarterly*, 32(3), pp. 323-332.
- Mahmud, A., Ding, D. & Hasan, M. (2021). Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus (COVID-19) Pandemic. *SAGE Open*.

- Khamis, N. I. & Ismail, W. (2021): The impact of corporate social responsibility on corporate image in the construction industry: a case of SMEs in Egypt. *Journal of Sustainable Finance & Investment*.
- Lowatcharin, G., & Menifield, C. E. (2015). Determinants of Internet-enabled Transparency at the Local Level A Study of Midwestern County Web Sites. *State and Local Government Review*.
- Okafor, A., Adeleye, B. & Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from U.S tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, pp.126078.
- Paltrinieri, A., Dreassi, A., Migliavacca, M. & Piserà, S. (2020). Islamic finance development and banking ESG scores: evidence from a cross-country analysis. *Research in International Business and Finance*, 51, 101100.
- Qiu, S., Jiang, J., Liu, X. & Chen, M. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic?. *International Journal of Hospitality Management*, 93, pp.102759.
- Ramzan, M., Amin, M. & Abbas, A. (2021). How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan. *Research in International Business and Finance*, 55, pp.101314.
- Rawlings, B. (2008). Measuring the relationship between organizational transparency & trust. *The Measurement Standard*, 8, pp.425-439.
- Rhou, Y. & Singal, M. (2020). A review of the business case for CSR in the hospitality industry. *International journal of hospitality management*, 84, 102330.
- Saldanha, D. M. F., Dias, C. N. & Guillaumon, S. (2022). Transparency and accountability in digital public services: Learning from the Brazilian cases. *Government Information Quarterly*, 39(2), pp.101680.
- Schnackenberg, A. K. & Tomlinson, E. C. (2016). Organizational Transparency: A New Perspective on Managing Trust in Organization-Stakeholder Relationships. *Journal of Management*, 42(7), pp. 1-28.
- Shahzad, F., Baig, M. H., Rehman, I., Saeed, A. & Asim, G. (2022). Does intellectual capital efficiency explain corporate social responsibility engagement-firm performance relationship? Evidence from environmental, social and governance performance of US listed firms. *Borsa _ Istanbul Review*, 22(2), pp.295e305.
- Singh, K. & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27, pp. 100139.
- Utomo, D., Pettisya, V. & Machmuddah, Z. (2020). Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital and Firm Value. *Advances in Health Sciences Research*, 27, pp.57-60.