



Investigating the Evolution of the Concept of Corporate Social Responsibility and Developing Inductive Scenarios

Raana Shantiaei

MSc. Student of Industrial engineering, Department of Industrial Engineering and Future Studies, Faculty of Engineering, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

Ali Zackery*

Assistant Professor, Department of Industrial Engineering and Futures Studies, University of Isfahan, Faculty of Engineering, Isfahan, Iran.

Mohsen Taheri Demneh

Assistant Professor, Department of Industrial Engineering and Futures Studies, Faculty of Engineering, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

Received: 07/10/2022

Accepted: 29/01/2023

Abstract: Reviewing the history shows that corporate social responsibility started from an embryonic concept and grew over time and affected the identity of organizations, but there are still conflicting opinions about the dialectic between organization and society in the theoretical and strategic climate of organizations. In this article, for a better understanding of the history of social responsibility, a semi-structured literature review was conducted to have a big picture of the evolution of this concept over time. Then, according to the frequency of concepts in key articles, three main drivers of the domain of corporate social responsibility that can change the organizations in the future were identified. The main drivers are “inequality”, “climate change”, and “gender gap”. In the next step, we tried to present a picture of the dialectic between organization and society in the literature of this field by drawing causal diagrams between these drivers and other organizational and social variables. In the last step, according to these three drivers, inductive-normative scenarios of the future of the organization's social responsibility were presented. These scenarios include “egalitarian organizations”, “the biophilic organization”, and “gender-discrimination-free organizations”.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Future Organizations, Inductive Scenarios, Semi-Systematic Review.

Corresponding Author, Email a.zackery@ast.ui.ac.ir

Original Article

DOI: 10.22034/jipas.2023.357450.1467

Print ISSN: 2676-6256

Online ISSN: 2676-606X

بررسی سیر تکامل مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان و تدوین سناریوهای استقرایی پیش روی آن

رعنا شنتیائی

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مهندسی صنایع و آینده‌پژوهی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

علی ذاکری*

استادیار، گروه مهندسی صنایع و آینده‌پژوهی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

محسن طاهری دمنه

استادیار، گروه مهندسی صنایع و آینده‌پژوهی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹

دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۵



چکیده: نگاهی به گذشته نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی از یک مفهوم جنینی شروع شده و در طول زمان رشد کرده و هویت سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است، اما همچنان پیرامون برهم‌کنش بین سازمان و جامعه نظرات متناقضی در حوزه نظری و راهبردی سازمانی وجود دارد. در این مقاله برای درک بهتر تاریخچه مسئولیت اجتماعی، ابتدا یک مرور ادبیات نیمه‌سامان‌مند انجام شده است تا یک تصویر کلی از سیر تکامل این مفهوم در طول زمان داشته باشیم. سپس با توجه به تواتر مفاهیم در مقالات کلیدی، سه پیشران اصلی حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان که می‌توانند سازمان‌های آینده را دست‌خوش تغییر کنند شناسایی شدند که شامل «نابرابری»، «تغییرات اقلیمی» و «شکاف جنسیتی» هستند. در گام بعدی سعی کردیم با ترسیم نمودارهای علی بین این پیشران‌ها و متغیرهای سازمانی و اجتماعی دیگر تصویری از برهم‌کنش بین سازمان و اجتماع در ادبیات این حوزه ارائه دهیم. در گام آخر با توجه به این سه پیشران، سناریوهایی استقرایی - هنجاری از آینده مسئولیت اجتماعی سازمان ارائه شد. این سناریوها شامل «سازمان‌های برابری‌جو»، «هم‌حسان با طبیعت» و «سازمان‌های بدون تبعیض جنسیتی» هستند.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی سازمان، سازمان‌های آینده، سناریوهای استقرایی، مرور نظام‌مند.

* نویسنده مسئول: a.zackery@ast.ui.ac.ir

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/jipas.2023.357450.1467

شاپا چاپی: ۶۲۵۶-۲۶۷۶

شاپا الکترونیک: ۲۶۷۶-۶۰۶X

مقدمه

در دو دهه اخیر مسئولیت اجتماعی اهمیت روزافزونی در سازمان‌ها یافته است. مسئولیت اجتماعی، ابزاری راهبردی برای سازمان‌ها جهت تضمین منافع در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی برای فعالیت در جهانی مملو از تغییرات غیرقابل پیش‌بینی است. رویارویی با شرایط خاص و تغییرات سریع و پیچیده در سطح جهانی (Barauskaite & Streimikiene, 2021; Burke & Logsdon, 1996)، نه تنها پذیرش مسئولیت اجتماعی بلکه ضرورت تعهد به اجرای آن توسط سازمان‌ها را به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر بدل کرده است و مفهوم هویت و مشروعیت سازمانی را در آستانه تغییری بنیادین قرار داده است؛ عوامل متعددی به‌عنوان پیشران‌های این تغییر الگوواره عمل می‌کنند: بیماری همه‌گیر کووید ۱۹^۱ و تأثیرات همه‌جانبه منفی آن بر جهان (He & Harris, 2020)، افزایش فشار ذی‌نفعان (Aguinis & Glavas, 2021; Lin, Peng, Anser, Yousaf, & Sharif, 2012)، حرکت به سمت فرصت‌های برابر جنسیتی و الزام حضور زنان در سطح ارشد سازمان‌ها (Amorelli & García-Sánchez, 2021)، فشار دولت‌ها و تغییرات سیاسی در جهت ارزیابی پایداری و پای‌بندی به استانداردهای محیط زیستی (Abad-Segura, Cortés-García, & Belmonte-Ureña, 2019)، تغییرات مداوم محیطی و ارزش‌های در حال تغییر جامعه (Barauskaite & Streimikiene, 2021)، افزایش آگاهی عمومی و ظهور نسل هزاره و یا «ابر مدرن»^۲ (Dhanesh, 2020) و نسل آلفا^۳. از طرفی جهانی شدن و حرکت به سمت جامعه مصرف‌گرا و استفاده بیش‌ازحد از منابع طبیعی (Panizzut et al., 2021)، زنگ خطر محدودیت منابع را به صدا درآورده و نگرانی‌های زیست‌محیطی را در کانون توجهات جامعه قرار داده است و سازمان‌ها را ناگزیر کرده است تا محیط زیست و تغییرات اقلیمی را در تصمیمات راهبردی خود مورد توجه قرار دهند (Lin et al., 2021). مسئله قابل توجه دیگر، گسترش فناوری‌های دیجیتالی، و رسانه‌های اجتماعی است که انقلابی در ارتباطات ایجاد کرده و موجب حضور صداهای مختلف شده‌اند (Verk, Golob, & Podnar, 2021). این ارتباطات بدون مرز، فرصت تولید محتوای مرتبط با سازمان‌ها را برای مشتریان یک سازمان و عموم مردم فراهم کرده است تا جایی که ۲۳ درصد محتوای تولیدشده در فیس‌بوک^۴ مرتبط با برندها است (Statista, 2021). این کنش‌گری فعالانه می‌تواند به

1. Covid-19
2. Hypermodern individuals
3. Alpha generation
4. Facebook

فرصتی عظیم و یا به تهدیدی بزرگ برای برندسازی و مشروعیت سازمان‌ها بدل شود (Kvasničková Stanislavská, Pilař, MargarISOVÁ, & Kvasnička, 2020)؛ بنابراین سازمان‌ها را دیگر نمی‌توان صرفاً به‌عنوان یک بنگاه اقتصادی قلمداد کرد، بلکه امروزه سازمان‌ها می‌بایست مسئولیت تأثیرات خود بر محیط بیرونی و کلیه ذی‌نفعان متأثر را در نظر بگیرند تا با حفظ مشروعیت خود بتوانند به موفقیت بلندمدت سازمانی (Wood, 1991)، حفظ مزیت رقابتی (Barauskaite & Streimikiene, 2021) و کسب مزایای اقتصادی (Burke & Logsdon, 2008; Van Beurden & Gössling, 1996) بیندیشند. مسئله آینده هویت سازمانی تا حدی شایان توجه است که مجله معتبر فیوچرز^۱ در یکی از ویژه‌نامه‌های اخیر خود با حضور پژوهش‌گران مهم این حوزه، این موضوع را در کانون توجه خود قرار داده است. (Melewar, Foroudi, & Jin, 2020). هدف اصلی این پژوهش، ارائه سناریوهای آینده مسئولیت اجتماعی است. با انجام مرور ادبیات نیمه سامان‌مند، عواملی که بر مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار هستند به‌صورت واگرایانه جمع‌آوری گردید و ۳ حوزه گفتگومانی پرتواتر که برهم‌کنش بین سازمان و جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند انتخاب شدند. پس از آن با تدوین سناریوهای استقرایی خواهیم دید که چگونه مفهوم و هویت سازمان دست‌خوش تغییر و تحول می‌گردد؛ بنابراین سؤالات اصلی این پژوهش شامل موارد زیر است:

سیر تکامل مفهوم مسئولیت اجتماعی چگونه بوده است؟
پیشران‌ها و سناریوهای مسئولیت اجتماعی سازمان کدامند؟

روش‌شناسی پژوهش

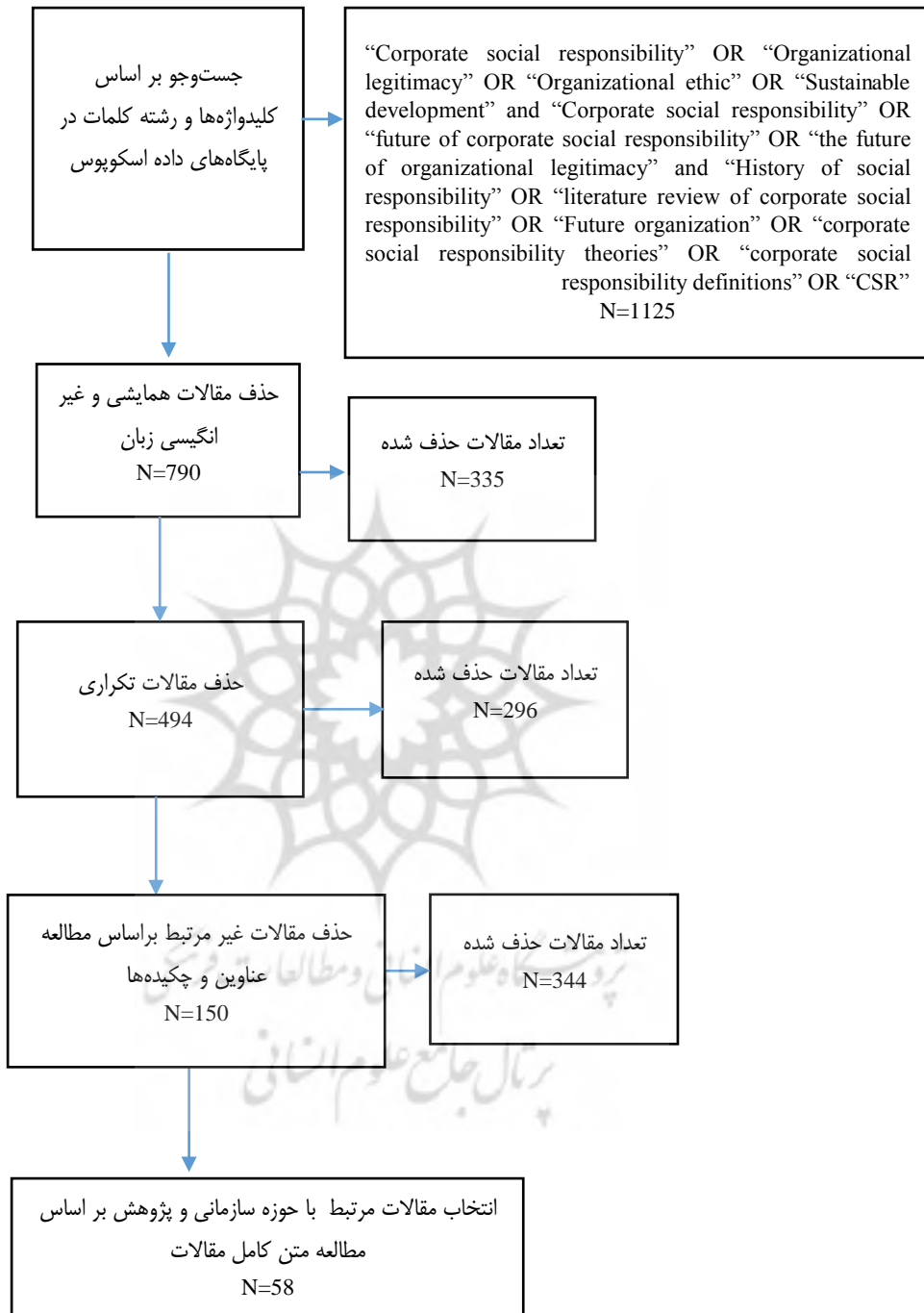
همان‌طور که اشاره شد این پژوهش در سه گام انجام شده است. در گام نخست این پژوهش، یک «مرور ادبیات نیمه سامان‌مند»^۲ انجام شد. مرور ادبیات، انواع مختلفی دارد که از طریق ارائه تصویر کلی از موضوع می‌توان به شکاف‌های تحقیقاتی موجود پی برد و به پیش‌برد دانش کمک کرد. از آنجایی که موضوع مورد مطالعه دارای ابعاد مختلف است و به مطالعه بین‌رشته‌ای نیاز دارد، به همین دلیل از روش مرور ادبیات نیمه سامان‌مند استفاده شده است. روش مذکور با پوشش دامنه وسیعی از مطالعات در رشته‌های مختلف و ترکیب معرفت‌شناسی حوزه‌های مختلف، منجر به درک مناسبی از موضوع می‌گردد و معمولاً از رویکردهای کیفی بهره می‌گیرد

1. Futures
2. Semi-Systematic literature review

(Snyder, 2019). به منظور انجام مرور ادبیات ابتدا کلیدواژه‌های «مشروعیت سازمانی»^۱، «مسئولیت اجتماعی سازمان»^۲، «اخلاق سازمانی»^۳ و «توسعه پایدار»^۴ و رشته کلمات آینده مسئولیت اجتماعی، آینده هویت سازمان و تاریخچه مسئولیت اجتماعی در پایگاه اطلاعاتی اسکوپوس^۵ جست‌وجو شدند که منجر به جمع آوری تعداد ۱۱۲۵ مقاله شد. دلیل انتخاب این پایگاه، گستردگی و تنوع منابع در مقایسه با پایگاه‌های دیگر بود (Aksnes & Sivertsen, 2019). در مرحله غربال‌گری مقالات غیر انگلیسی زبان، مقالات همایشی و تکراری حذف شدند. در مرحله بعدی عناوین و چکیده مقالات مطالعه و آن‌مقالاتی که با سؤالات پژوهش ارتباطی نداشتند حذف شدند. در نتیجه اعمال پالایه‌های ذکر شده، تعداد مقالات به ۱۵۰ مقاله کاهش یافت و در نهایت با مطالعه کامل متن مقالات و تمرکز بر روی جدیدترین و مرتبط‌ترین مقالات باکیفیت، در مجموع ۵۸ منبع برای انجام مرور ادبیات نیمه‌سامان‌مند انتخاب شد. شکل شماره ۱، فرآیند انتخاب و غربال‌گری مقالات را نشان می‌دهد.

در گام دوم، با توجه به مرور ادبیات انجام شده، سه پیشران اصلی که می‌تواند هویت سازمان‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی را در آینده دست‌خوش تحولات بنیادین کند با تشکیل گروه کانونی^۶ خبرگان شناسایی شدند. گروه‌های کانونی خبرگانی معمولاً از ۱۲-۲۰ تشکیل می‌شوند اما در این پژوهش به دلیل محدودیت دسترسی و تخصص، پنل با گردهم‌آیی ۸ نفر شامل دو نفر پژوهش‌گر حوزه سازمان، دو نفر آینده‌پژوه و دو نفر فعال در حوزه صنعت تشکیل شد و پس از بحث‌ومذاکره و تحلیل نظرات مختلف، سه متغیر ذکر شده به عنوان پیشران در حوزه مسئولیت اجتماعی انتخاب شدند. سپس با استفاده از داده‌های گردآوری شده از مقالات مربوطه، نمودارهای علی برای تبیین ارتباط بین عوامل مؤثر بر هویت سازمان‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی ترسیم شدند. این نمودارها نشان‌دهنده ارتباط بین پیشران اصلی و مؤلفه‌های مرتبط دیگر است. استفاده از نمودارهای علی یا نمودارهای تأثیر در فرایند نوشتن سناریوها، امکان اولویت‌بندی مؤلفه‌های دخیل در آینده یک پدیده و شناسایی نیروهای پیشران را فراهم می‌آورد (Van der Heijden, 2005).

1. corporate legitimacy
2. Corporate Social Responsibility
3. Business Ethic
4. Sustainability
5. Scopus
6. Panel



شکل ۱- نمایش مراحل مرور ادبیات نیمه‌سامان‌مند

در گام سوم، سه «سناریوی استقرایی»^۱ و «هنجاری»^۲ برای آینده سازمان‌ها در حوزه مسئولیت، احصا شدند. همان‌طور که شکل شماره ۲ نشان می‌دهد، سناریوهای استقرایی برخلاف «سناریوهای استنتاجی» از ماتریس‌های دودردو استفاده نمی‌کنند و ساختار کلی سناریوها به‌صورت از پایین به بالا و به‌صورت «برآیسی»^۳ با «خوشه‌بندی» مؤلفه‌های تأثیرگذار براساس درجه تأثیرگذاری و شباهت‌های آن‌ها احصا می‌شود. شکل شماره ۳، گام‌های کلی پژوهش را نشان می‌دهد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Inductive scenarios
2. Normative
3. Emergent

انجام مرور ادبیات نیمه‌سامان‌مند در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان برای شناسایی مولفه‌های تأثیرگذار بر آینده



ایجاد فهرستی از مفاهیم کلیدی حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان



تشکیل گروه کانونی خبرگانی برای شناسایی پیشران‌های حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان



احصای سناریوهای استقرایی



تشکیل گروه کانونی خبرگانی برای بررسی انسجام درونی سناریوها

شکل ۳: گام‌های کلی پژوهش

یافته‌های مرور ادبیات

در این بخش خلاصه‌ای از یافته‌های مرور ادبیات نیمه‌سامان‌مند به‌منظور یافتن مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان ارائه می‌شود.

مقالات تأثیرگذار حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان

مرور گذشته از آن جهت برای ما دارای اهمیت است که گذشته می‌تواند چارچوب حرکت ما به آینده را مشخص کند اما این امر به معنای محدودکردن آینده نیست؛ آینده باز است. درواقع با مرور گذشته قائل به این هستیم که مسئولیت اجتماعی هم دارای سیر تکاملی است و هم

دگرگونی و گسست در آن وجود دارد؛ بنابراین با انجام این بررسی می‌توانیم انباشت مسئولیت اجتماعی و جهت‌گیری‌های سال‌های اخیر را دریابیم. جدول شماره ۱ مروری بر یافته‌های اصلی ۲۰ مقاله مهم حوزه مسئولیت اجتماعی سازمان دارد. این مقالات با توجه به تعداد ارجاعات و مفاهیم نوآورانه انتخاب شده‌اند.

جدول شماره ۱: مروری بر پژوهش‌های مهم و متأخر حوزه مسئولیت اجتماعی

نویسنده	تعداد ارجاعات	رویکرد	یافته اصلی مقاله
لین ^۲ و همکاران (Lin et al., 2021)	۲۵	تجربی و کیفی (مصاحبه ساختاریافته با تعدادی از مدیران هتل‌های پاکستان)	این پژوهش بیان می‌کند که بین ابتکار مدیریت محیط زیست ^۱ و مسئولیت اجتماعی رابطه مستقیمی وجود دارد و علاوه بر آن، مسئولیت اجتماعی نقش میانجی بین کسب مشروعیت مدیریت محیط زیست و مسئولیت اجتماعی ایفا می‌کند.
آمورلی ^۳ و همکاران (Amorelli & García-Sánchez, 2021)	۵۸	نظری (مرور کتاب‌شناختی)	ارائه مرور ادبیات نظام‌مند حضور زنان و برابری جنسیتی را عاملی مثبت در جهت بهبود اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیان و آن را تأیید می‌کند
اسلام ^۴ و همکاران (Islam et al., 2021)	۱۶۱	تجربی (نظرسنجی میان مشتریان شرکت مخابرات سه شهر اصلی پاکستان)	ارائه مذکور بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع و نظریه ذی‌نفعان، ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و وفاداری مشتری را ارزیابی می‌کند. همچنین بیان می‌کند که استفاده از تمامی توان‌مندی سازمان موجب شهرت، اعتماد و رضایت مشتری و به تبع آن وفاداری مشتری به سازمان مجری مسئولیت اجتماعی می‌شود.

1. Environmental Management Initiatives
2. Lin
3. Amorelli
4. Islam

ادامه جدول شماره ۱: مروری بر پژوهش‌های مهم و متأخر حوزه مسئولیت اجتماعی

نویسنده	تعداد ارجاعات	رویکرد	یافته اصلی مقاله
لابسچت ^۱ و همکاران (Lobschat et al., 2021)	۱۳۷	نظری	مفهوم «مسئولیت دیجیتالی شرکت‌ها» را با توجه به افزایش فناوری‌های دیجیتالی، معرفی و چگونگی اجرای آن را براساس فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر افراد بررسی می‌کند.
باروسکیت ^۲ و همکاران (Barauskaite & Streimikiene, 2021)	۷۳	نظری (مرور ادبیات نظام‌مند و تجزیه و تحلیل و مقایسه ابعاد نظری مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد مالی)	مزایا و معایب مسئولیت اجتماعی را بررسی کرده و وجود رابطه مثبت، خنثی و به‌ندرت منفی را بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی سازمان شناسایی می‌کند.
هی و هریس ^۳ (He & Harris, 2020)	۱۱۲۸	نظری	مقاله بیان می‌کند که چگونه پاندمی ویروس کرونا بر ترجیحات مصرف‌کننده و بازاریابی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد و معتقد است که «همه‌گیری یک فرصت عالی را برای مشاغل فراهم می‌کند تا به سمت CSR واقعی و معتبر حرکت کرده و در حل چالش‌های فوری اجتماعی و زیست‌محیطی مشارکت کنند.»
کاسنیکووا ^۴ و همکاران (Kvasničková Stanislavská et al., 2020)	۲۴	تجربی (تجزیه و تحلیل پیام‌های اینستاگرام با محتوای #CSR در طول یک سال)	این تحقیق با تجزیه و تحلیل پیام‌های اینستاگرام درک متفاوت از معنی مسئولیت اجتماعی را در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته، بررسی و برداشت‌های اصلی آن‌ها را از مسئولیت اجتماعی بیان می‌کند.

1. Lobschat
2. Barauskaite
3. He and Harris
4. Kvasnickova

ادامه جدول شماره ۱: مروری بر پژوهش‌های مهم و متأخر حوزه مسئولیت اجتماعی

نویسنده	تعداد ارجاعات	رویکرد	یافته اصلی مقاله
ترکی ^۱ و همکاران (Tourky, Kitchen, & Shaalan, 2020)	۳۷	تجربی و کیفی (مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مدیران صنعت در بریتانیا)	با انجام مرور ادبیات و پژوهش‌های کیفی، ۶ بعد اصلی هویت سازمانی را در صنعت انگلستان مشخص می‌کند.
آباد سگورا ^۲ و همکاران (Abad-Segura et al., 2019)	۹۸	نظری (مرور کتاب‌شناختی و تجزیه و تحلیل ۱۸۳۲ مقاله چاپ‌شده بین سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۱۸)	این پژوهش بیان می‌کند که روند جهانی شدن سبب شده است تا سازمان‌ها به مسئولیت‌پذیری در قبال ذی‌نفعان خود و روش‌های پایداری رو بیاورند. مطالعات انجام‌شده بین این دو حوزه در رشته‌های تجارت، مدیریت و حسابداری قابل توجه است. همچنین در میان نویسندگان، کلک ^۳ بیشترین تعداد استناد و دانشگاه سالامانکای آمریکا بیشترین انتشارات را دارد و کشورهای چین و فرانسه بیشترین همکاری بین‌المللی را در این زمینه داشتند.
آگودلو ^۴ و همکاران (Agudelo, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir, 2019)	۴۴۵	نظری (انجام مرور ادبیات به صورت تاریخی)	مقاله با ارائه نقشه راه، سیر مفهوم مسئولیت اجتماعی از سودسازی مطلق به سمت محدوده وسیعی از مسئولیت‌های مختلف از جمله ایجاد ارزش مشترک را نمایش داده و معتقد است که در نتیجه تغییر انتظارات اجتماعی از رفتار شرکت‌ها است.

1. Tourky
2. Kolk
3. Abad-Segura
4. Agudelo

ادامه جدول شماره ۱: مروری بر پژوهش‌های مهم و متأخر حوزه مسئولیت اجتماعی

نویسنده	تعداد ارجاعات	رویکرد	یافته اصلی مقاله
بانسال و سانگ ^۱ (Bansal & Song, 2017)	۴۹۶	نظری (مقایسه دو حوزه مسئولیت اجتماعی و پایداری)	مقاله با تمرکز بر پیشینه تاریخی دو مفهوم مسئولیت اجتماعی و پایداری، تفاوت‌های عمیق بین دو حوزه را مشخص می‌کند. امروزه این دو حوزه به‌شدت به هم گره خورده‌اند و همین امر سبب می‌شود تا بسیاری از مسائل آن‌ها در نقطه کور بماند.
آگوبینیس ^۲ و همکاران (Aguinis & Glavas, 2012)	۴۰۳۶	نظری	چارچوب نظری و چندبعدی شامل پیش‌بینی کننده‌های مسئولیت اجتماعی، عواملی که نقش واسطه و تعدیل کننده ایفا می‌کنند و نتایج حاصل از اجرای مسئولیت اجتماعی را ارائه می‌کند.
لی ^۳ و همکاران (Lee, et al, 2008)	۲۲۸۵	نظری (ارائه چارچوب نظری و طرح مقایسه)	پژوهش‌ها با بررسی تاریخی بیان می‌کند که مسئولیت اجتماعی در آمریکا به‌صورت صریح سابقه طولانی‌تری نسبت به اروپا دارد. مسئولیت اجتماعی به‌صورت ضمنی در اروپا جریان داشته که با تغییر ساختارهای نهادی به سمت مسئولیت اجتماعی صریح پیش می‌رود و این اتفاق در کشورهای ژاپن، تایوان و کره هم از طریق رویکردهای جدید اقتصادی برقرار شده است.
آگولرو ^۴ و همکاران (Aguilera, Rupp, Williams, & Ganapathi, 2007)	۴۱۲۷	نظری (ارائه چارچوب نظری)	این پژوهش از طریق مدل ارائه‌شده، استدلال می‌کند که چگونه ذی‌نفعان مختلف در سطح خرد و کلان بر سازو کار سازو کار به‌عهده‌گیری مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها فشار وارد می‌کنند.

1. Bansal and Song
2. Aguinis
3. Lee
4. Aguilera

ادامه جدول شماره ۱: مروری بر پژوهش‌های مهم و متأخر حوزه مسئولیت اجتماعی

نویسنده	تعداد ارجاعات	رویکرد	یافته اصلی مقاله
مارین و رویز ^۱ (Marin & Ruiz, 2007)	۷۸۳	تجربی و کیفی (توزیع پرسش‌نامه لیکرتی در میان مشتریان بانک‌های بزرگ اسپانیا)	نظریه‌پردازی در این حوزه بیان می‌کند که به دلیل وجود فضای رقابتی، بر عهده گرفتن مسئولیت اجتماعی تأثیر بسیار بیشتری بر هویت سازمان در مقایسه با توانایی‌های سازمان دارد.
پورتر و کرامر ^۲ (Porter & Kramer, 2006)	۱۵۸۸۱	نظری	ارائه مفهوم جدید از مسئولیت اجتماعی در قالب واژه «ارزش مشترک» ^۳
دیوید ^۳ و همکاران (David, Kline, & Dai, 2005)	۶۶۹	تجربی و کیفی (توزیع پرسش‌نامه آنلاین در میان تعدادی از دانشجویان آشنا با ۴ شرکت مایکروسافت، فیلپس، وندی و نایک)	برعهده‌گیری مسئولیت اجتماعی به صورت داوطلبانه و از لحاظ اخلاقی می‌تواند بر هویت سازمان و همچنین بر قصد خرید مشتری تأثیر مثبتی داشته باشد، به طوری که برای شرکت‌های نایکی و وندی، تخصص و ارزش‌های اجتماعی، برای فیلپس، ارزش‌های اجتماعی و برای مایکروسافت تنها میزان تخصص، عواملی بودند که در قصد خرید مشتری نقش داشتند.
گاریگا و مله ^۴ (Garriga & Melé, 2004)	۶۷۵۵	نظری	تقسیم‌بندی مسئولیت اجتماعی شرکت به ۴ دسته «نظریه ابزاری، نظریه سیاسی، نظریه یکپارچه و نظریه اخلاقی»
بورک و لوگسدون ^۵ (Burke & Logsdon, 1996)	۲۱۱۱	نظری	ارزیابی مزایای استفاده راهبردی از مسئولیت اجتماعی در ایجاد ارزش برای شرکت
وود ^۷ (Wood, 1991)	۸۶۸۶	نظری	ارائه تعریف و مدل مفهوم «عملکرد اجتماعی شرکت» ^۶ به‌عنوان پیونددهنده تجارت و جامعه

1. Marin and Ruiz
2. Shared Value
3. David
4. Garriga & Mele
5. Burke and Logsdon
6. Corporate social performance
7. Wood

سیر تکامل مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

رد پای اولین مفاهیم مرتبط با مسئولیت اجتماعی را می‌توان در دوران باستان و قوانین روم و فعالیت‌هایی از جمله ساخت پناهگاه، یتیم‌خانه‌ها و بیمارستان‌ها جست‌وجو کرد (Agudelo et al., 2019). این مفهوم در اشکال گوناگون خیرخواهانه^۱ و یا حتی مطابقت با قوانین کلیساها (Munro, 2020a) و در دوره‌های بعدی در پاسخ به چالش‌های صنعتی شدن و تبعات آن نمود پیدا کرد. باگذشت زمان در دهه‌های بعدی با نقش‌آفرینی مدیران بخش خصوصی در جهت سازگاری سازمان و جامعه (Agudelo et al., 2019) که با شفاف‌سازی پژوهش‌گرانی همچون کارل پولانی^۲ در رابطه با تأثیر سازوکار سازوکار بازار به‌عنوان پیشران بر هنجارهای اخلاقی جامعه همراه بود (Bansal & Song, 2017) موجب شد تا نقش سازمان مسئولیت‌پذیر مورد توجه قرار گیرد. به‌دنبال آن با نگاهی در سطح کلان (Lee, 2008) و باهدف زیر سؤال بردن اقتصاد سرمایه‌داری (Bansal & Song, 2017) اوایل دهه ۱۹۵۰، بوون^۳ اولین نفری بود که تعریف علمی از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت را ارائه داد. پژوهش‌گران زیادی از جمله کارول^۴ او را «پدر مسئولیت اجتماعی سازمان» می‌دانند (Kraus & Brtitzelmaier, 2012; Munro, 2020a)؛ سپس در طول دهه ۱۹۶۰ با شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی نظیر «جنبش زنان»، «جنبش محیط زیست» و «گسترش قراردادهای اجتماعی» (Carroll, 2021)، اولین تعاریف دانشگاهی این مفهوم بر پایه روابط متعادل بین سازمان‌ها و جامعه شکل گرفت. دهه بعدی با شروع آگاهی مردم و تقاضای آن‌ها برای داشتن «محیط زیست پاک و پایدار» و رکود اقتصادی در آمریکا سبب شد تا نهادها و انجمن‌هایی برای حفاظت از محیط زیست، کارکنان و مشتریان سازمان‌ها شکل بگیرد. اواخر این دهه، کارول تعریفی واحد از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را ارائه داد که براساس این تعریف، اهداف اقتصادی و اجتماعی شرکت‌ها نه تنها ابعادی ناسازگار نیستند بلکه سازمان‌ها با بر عهده گرفتن توأمان مسئولیت‌های اقتصادی، حقوقی و اخلاقی، اهداف خود را می‌توانند دنبال کنند. دوره بعد یعنی دهه ۱۹۸۰ را می‌توان دوره عملیاتی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و بروز «اخلاق تجارت»^۵ در اروپا و پیش‌تر از آن در آمریکا دانست (Agudelo et al., 2019; Munro, 2020a). «نگرانی‌های اجتماعی جدید» (Carroll, 2021) و هشدار محدودیت منابع طبیعی در اثر گسترش بازارها، نقطه شروع مفاهیم توسعه پایدار

1. Philanthropy
2. Carl Polanyi
3. Bowen
4. Caroll
5. Business Ethic

بود (Bansal & Song, 2017). به روایتی دیگر، در طول دهه‌های ذکرشده، دو جهش عمده برای مفهوم مسئولیت اجتماعی شکل می‌گیرد که یکی چرخش از سطح کلان و سازمانی به سطح خرد و عملکرد مالی سازمان، و دیگری حرکت از سمت «دانش صریح»^۱ و اخلاقی مسئولیت اجتماعی به سمت «دانش ضمنی»^۲ و عملکردی (Lee, 2008). سپس در دهه ۱۹۹۰ مدل‌هایی برای مسئولیت اجتماعی سازمان شکل گرفت. وود^۳ با بررسی و تکمیل مدل‌های قبلی، «عملکرد اجتماعی سازمان»^۴ را در سه دسته طبقه‌بندی کرد. اولین اصل شامل سه سطح، «مشروعیت سازمان»، «مسئولیت عمومی» و «اختیارات مدیریت» است و دو اصل دیگر فرایندهای پاسخ‌گویی شرکت‌ها و تأثیر عملکرد شرکت‌ها بر جامعه را تبیین می‌کنند (Agudelo et al., 2019; Wood, 1991). بعدتر کارول مدل «هرم مسئولیت اجتماعی شرکت»^۵ را ارائه می‌دهد که بر چهار سطح اقتصادی، قانونی، اخلاقی و مسئولیت خیرخواهانه (Abad-Segura et al., 2019; Munro, 2020a; Wood, 1991) برای «بهبود کیفیت سطح زندگی در جامعه» با معرفی مفهوم «شهروند شرکتی خوب»^۶ استوار است. در این میان افرادی چون بورک و لوگسدون^۷ نیز به‌جای ارائه مدل، رابطه بین استفاده راهبردی از مسئولیت اجتماعی و خلق ارزش که همان عملکرد اقتصادی سازمان است را ارزیابی کردند (Burke & Logsdon, 1996). در این زمان افزایش روند جهانی شدن^۸ و اقتصاد سرمایه‌داری باعث شد تا مفهوم مسئولیت اجتماعی به شکل مفاهیم جدیدی همچون «نظریه ذی‌نفعان»^۹، «عملکرد اجتماعی شرکت‌ها» و «شهروند شرکتی» مورد توجه قرار گیرند. از سال ۲۰۰۰، مسئولیت اجتماعی سازمان و استفاده راهبردی و بهره‌مندی از مزایای اقتصادی آن سبب شد تا پذیرش مسئولیت اجتماعی امری منطقی باشد (Agudelo et al., 2019; Lee, 2008). همچنین گاریگا و مله^{۱۰} (۲۰۰۴) مسئولیت اجتماعی را به چهار دسته «نظریه‌های ابزاری»^{۱۱}، نظریه‌های سیاسی^{۱۲}، نظریه‌های یکپارچه^{۱۳} و نظریه‌های اخلاقی^۱ تقسیم‌بندی می‌کنند. مطابق با نظریه ابزاری، مسئولیت

1. Explicit knowledge
2. Tacit knowledge
3. Wood
4. Corporate Social Responsibility
5. Pyramid of Corporate Social Responsibility
6. Good Corporate Citizen
7. Burke and Logsdon
8. Globalization
9. Stakeholder theory
10. Garriga & Mele
11. Instrumental theories
12. Political Theories
13. Integrative Theories

اجتماعی تنها یک ابزار جهت ایجاد ثروت برای سازمان است. نظریه سیاسی به قدرت سازمان در جهت گیری های سیاسی اشاره دارد. نظریه یکپارچگی بیان می کند که اهداف سازمان به عنوان عضوی از جامعه باید با خواسته های جامعه سازگار باشد و در آخر نظریه اخلاقی بیان می کند که سازمان برای فعالیت در جامعه باید تعهدات اخلاقی داشته باشد (Garriga & Melé, 2004). در سال ۲۰۰۶، مایکل پورتر و مارک کرامر^۲ در مقاله «جامعه و استراتژی^۳»، مفهوم جدید از مسئولیت اجتماعی در قالب «ارزش مشترک^۴» را ارائه دادند. به عقیده آن ها اگر سازمان خود را به مثابه نهادی که درون یک محیط کلان اجتماعی و طبیعت قرار دارد در نظر بگیرد، نه تنها از نظر اخلاقی پسندیده است، بلکه مزایای دیگری از جمله «پایداری^۵» و «اعتبار^۶» را برای آن سازمان به ارمغان می آورد و به دنبال آن مسیری هموار برای فعالیت در بلندمدت به وجود خواهد آمد (Porter & Kramer, 2006). عواملی همچون بحران مالی سال های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، و رسوایی های مالی، رویکردهای متعارف به راهبرد و اهداف سازمانی را با چالشی جدی مواجه کرد (Jain & Jamali, 2016) و «مسئولیت اجتماعی سازمان، اخلاق پایداری و نقش مشروعیت در موفقیت بلندمدت سازمان ها» را در مرکز توجه قرارداد (Grant, 2016). به طور خلاصه، با توجه به این که مسئولیت اجتماعی یک مفهوم چتری (Phillips, Schrempf-Stirling, & Stutz, 2020)، بالادستی و پویا است در طول زمان تعاریف مختلفی از آن صورت گرفته است، اما همه تعاریف و رویکردها به مجموعه قوانینی اشاره دارند که موفقیت سازمان را در پی خواهد داشت (Matten & Moon, 2008). جدول شماره ۲ تعدادی از تعاریف و نظریه های پژوهش گران صاحب نظر را در طول زمان نشان می دهد.

جدول شماره ۲- مروری بر تعاریف پژوهش گران برای مسئولیت اجتماعی سازمان

نظریه پرداز	نظریه و رویکرد	نقد رویکرد
بوون ^۷ Bowen, (2013)	مسئولیت اجتماعی به معنای «تعهدات تجاری، برای پیروی از آن دسته سیاست ها، اتخاذ تصمیمات و یا پیروی از آن دسته از اقدامات که	منظور از مطلوب از دیدگاه چه کسی و کدام ذی نفع است؟

1. Ethical Theories
2. MICHEAL Porter and MARK R.KRAMER
3. Strategy and Society
4. Shared Value
5. Sustainability
6. Reputation
7. Bowen

نقد رویکرد	نظریه و رویکرد	نظریه پرداز
	از نظر اهداف و ارزش‌های جامعه ما مطلوب است.»	
سقف این مسئولیت اجتماعی چگونه تعیین می‌شود؟ ضمانت اجرایی آن چیست؟	«پذیرش یک تعهد اجتماعی فراتر از الزامات قانونی توسط یک شرکت است.»	دیویس (Davis, 1973)
انتظارات و ارزش‌های در حال تغییر و پویای جامعه چگونه شناسایی می‌شوند؟	«مسئولیت اجتماعی به معنای ارتقای رفتار شرکت‌ها به سطحی است که با هنجارها، ارزش‌ها و انتظارات اجتماعی حاکم بر عملکرد مطابقت داشته باشد.»	ستی (Sethi, 1975)
آیا این تفکیک در دنیای متلاطم امروزی قابل انجام است؟	«تعریف مسئولیت اجتماعی، برای پاسخ‌گویی کامل به تمام محدوده تعهداتی که تجارت در قبال جامعه دارد، باید مقوله‌های اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و اختیاری کسب‌وکار را در بر گیرد.»	کارول (Carroll, 1979)
حدومرز این درهم‌تنیدگی چگونه مشخص می‌شود؟	«ایده اصلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که کسب‌وکار و جامعه به‌جای نهادهای متمایز درهم‌تنیده شده‌اند.»	وود (Wood, 1991)
آیا سودآوری یک شرکت برای جامعه امروزی کافی است؟ آیا چنین سازمانی می‌تواند در دنیای امروزی تاب‌آور باشد؟ پاسخ‌گوی خسارات وارد شده به جامعه و محیط‌زیست چه کسانی هستند؟	«تنها یک مسئولیت اجتماعی برای کسب‌وکار وجود دارد، و آن استفاده از منابع خود و مشارکت در فعالیت‌هایی است که برای افزایش سود خود طراحی شده‌اند به شرطی که قواعد بازی دیگر را رعایت کند یعنی در رقابت باز بدون فریب‌و نیرنگ مشارکت کند.»	فریدمن (Friedman & Selden, 2002)

1. Davis
2. Sethi
3. Carroll
4. Wood
5. Friedman

مطابق با تقسیم‌بندی دیگر، اگر تلاش‌های اولیه و فعالیت‌های بشردوستانه را دوره اول مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نام‌گذاری کنیم، خود پایه‌ای برای گذار از این مرحله به دور دوم مسئولیت اجتماعی و به‌کارگیری آن به‌عنوان ابزاری راهبردی است که نوعی تحول از حالت «منفعل و ایستا» به سمت «هم‌آفرینی» و مفهوم ارزش مشترک است. دوره سوم با ارائه مفهوم «ایجاد ارزش یکپارچه» از پروفیسور ویسر با دوره قبلی شباهت دارد، با این تفاوت که بر حضور رسانه اجتماعی در ایجاد ارزش و استفاده از روش‌های پایدار، تأکید می‌کند. او این مفهوم را این‌گونه تعریف می‌کند (Munro, 2020b):

ایجاد ارزش یکپارچه، روشی برای تبدیل آرمان‌های اجتماعی و انتظارات سهام‌داران به یک پاسخ معتبر شرکتی است، به‌گونه‌ای که توان عملیاتی تجارت تضعیف نشود.

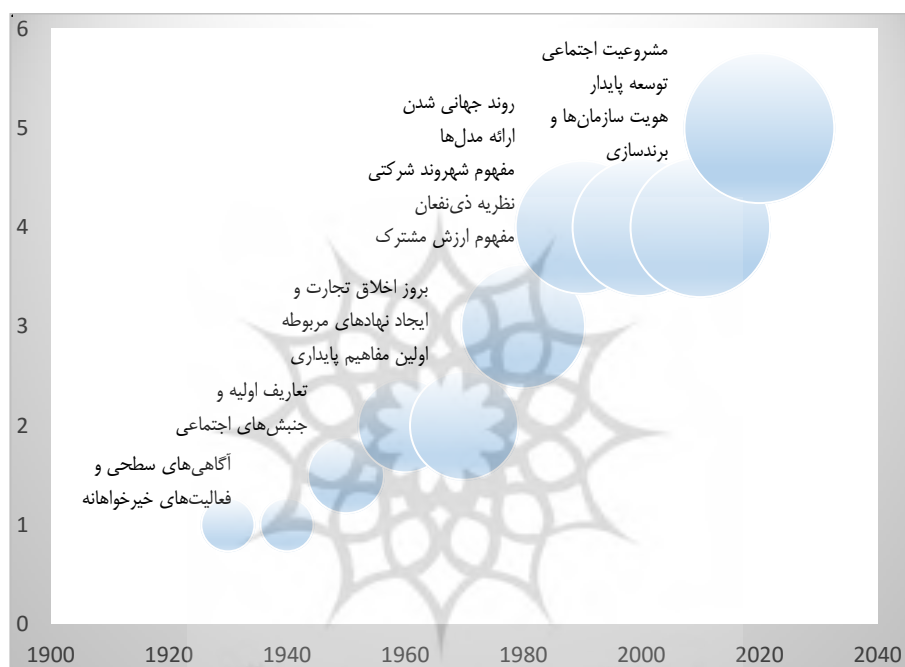
کارول نیز در سال‌های اخیر تقسیم‌بندی جدیدی را برای مسئولیت اجتماعی ارائه داده است:

جدول شماره ۳- تعاریف کارول از مسئولیت اجتماعی سازمان (Carroll, 2021)

CSR 1.0	مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها
CSR 2.0	سازمان اجتماعی پاسخ‌گو
CSR 3.0	سازمان اجتماعی اجراکننده
CSR 4.0	سازمان اجتماعی تأثیرگذار

مروری بر پژوهش‌های خارجی و پیشینه مسئولیت اجتماعی که به‌صورت مختصر در قسمت‌های گذشته به آن‌ها اشاره شد، نشان می‌دهد که این پژوهش‌ها بیشتر بر تفکیک‌های نظری و تجربی بنا شده‌اند و کمتر رویکردهای آینده‌محور دارند. رویکرد غالب در این پژوهش‌ها، رویکرد «درون به برون»، مشابه دیدگاه مبتنی بر منابع سازمان است؛ در این رویکرد، سازمان به‌مثابه یک موجودیت فردگراشده، پنداشته می‌شود که تأثیر حداقلی بر متغیرهای کلان سیاسی، اجتماعی و اقتصادی دارد؛ عاملیت سازمان به‌عنوان یک سیستم سطح میانی حداقلی در نظر گرفته می‌شود و مسئولیت اجتماعی سازمان به فعالیت‌های خیرخواهانه فروکاسته می‌شود. در مقابل، رویکرد «برون به درون» به این معنا است که الزام و نیازی از طرف محیط بیرونی و جامعه، سازمان را مجبور به تطبیق‌پذیری با محیط پیرامون می‌کند مثل پاندمی ویروس کرونا و تغییرات اقلیمی. این رویکرد بر این باور است که سازمان‌ها مجبور می‌شوند تا برای حفظ مشروعیت خود و یا دریافت مجوزهای اجتماعی و قانونی نقش اجباری و حداقلی اجتماعی را بپذیرند. اما رویکرد متأخر در مقالات، رویکردی دوطرفه است که هم الزامات خارجی و هم داخلی، سازمان‌ها را متعهد و مجبور به مسئولیت‌پذیری می‌کند. در این رویکرد، برهم‌کنش بین سازمان و جامعه به‌صورت کل‌گرایانه مورد بررسی قرار می‌گیرد و عاملیت سازمان در متغیرهای

کلان سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی پررنگ می‌شود. شکل شماره ۴ مراحل پیشرفت و انباشت مسئولیت اجتماعی در طول زمان را نشان می‌دهد.



شکل ۴- مراحل گذار مفهوم مسئولیت اجتماعی (مأخذ: نویسندگان)

بحث و نتیجه‌گیری

متغیرهای اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی سازمان

جدیدترین پژوهش انجام‌شده در این زمینه نشان می‌دهد که بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱، مقالات مربوط به مسئولیت اجتماعی دو پایگاه داده معتبر، حول مسائل مدیریتی و پایداری می‌چرخد (López-Concepción, Gil-Lacruz, & Saz-Gil, 2021). این موضوع بیان‌گر اهمیت متغیرهای مربوط به دو حوزه مدیریت و پایداری است. از جمله متغیرهای متأثر بر

مسئولیت اجتماعی سازمان که در مرور ادبیات نیمه‌سامان‌مند گردآوری شده است می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

متغیرهای اجتماعی همچون توان‌مندسازی زنان^۱ و موج برابری‌جو، تغییر باورهای قدیمی، ایجاد تغییرات پایدار در رفتار مصرف‌کننده در اثر افزایش احساسات و قطبی شدن، کنش‌گری مصرف‌کنندگان، نابرابری اجتماعی و کوچک شدن طبقه متوسط، شکاف دستمزد و تبعیض و خشونت علیه گروه‌های اقلیت و گرایش‌های جنسیتی، متغیرهای فناورانه شامل دموکراسی تولید محتوا از طریق رسانه‌های اجتماعی، اخبار جعلی و «همه‌گیری اطلاعات»، بازاریابی فعالان فضای مجازی و تبلیغات دیجیتال، واقعیت افزوده و مجازی، بازارهای دیجیتالی، حضور از طریق آواتارها، ظهور متاورس، جبران رد پای کربن توسط فناوری‌ها، صنعت ۴، ربات‌های اجتماعی، رواج فناوری رباتیک و هوش مصنوعی، متغیرهای اقتصادی همچون زیست‌بوم‌های مالی غیرمتمرکز، شکاف طبقاتی، تورم، سیستم مالیات‌دهی، انواع رهبری سازمان، روندهای منابع انسانی، زیست‌بوم‌های جدید اقتصادی و شاخص فلاکت، متغیرهای بوم‌شناسی شامل انرژی‌های تجدیدپذیر، شروع عصر همه‌گیری، جنگل‌زدایی و بیابان‌زایی، فاضلاب‌های صنعتی، بحران و کمبود آبی، تغییرات اقلیمی و گرم شدن کره زمین و توسعه پایدار، متغیرهای سیاسی مانند فضای متلاطم سیاسی، گرایش حکومت‌ها از دموکراسی به سمت اقتدارگرایی، تحریم‌ها و الزامات قانونی و متغیرهای فرهنگی همچون سبزشویی، مالکیت فکری، جنبش‌های اجتماعی، فعالیت‌های بشردوستانه و کنش‌گری برندها، حرکت جهانی به سمت ملی‌گرایی و هنجارهای اجتماعی. از میان متغیرهای ذکرشده، سه مفهوم کلیدی حوزه مسئولیت اجتماعی که تواتر بالایی در مقالات مختلف دارند و از آن‌ها می‌توان به‌عنوان پیشران‌های این حوزه نام برد، نابرابری، تغییرات اقلیمی و شکاف جنسیتی هستند که با تشکیل گروه‌های خبرگانی به‌عنوان ۳ پیشران اصلی انتخاب شدند.

در ادامه به بررسی رابطه بین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مفهوم مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها با محوریت این سه پیشران می‌پردازیم.

یافته‌های پژوهش

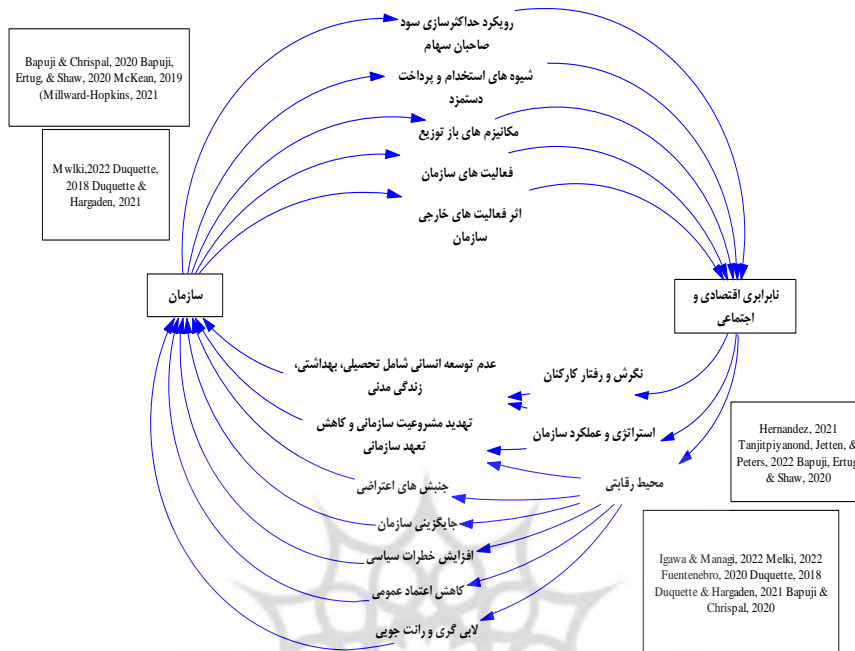
نابرابری و نقش سازمان‌ها در آن

نابرابری یکی از نگرانی‌های روبه‌رشد امروزی است که نه تنها خود را به صورت نابرابری اقتصادی نشان می‌دهد، بلکه به صورت عدم دسترسی عادلانه به منابع رفع نیازهای اولیه و مدنی زندگی اجتماعی نیز نمود پیدا می‌کند (Bruton, Sutter, & Lenz, 2021). پژوهش‌های زیادی به دنبال اثبات رابطه نابرابری اقتصادی و نقش سازمان‌ها در ایجاد نابرابری انجام شده است (Bapuji & Chrispal, 2020). برخلاف شواهد بسیاری که حاکی از رابطه مثبت بین نابرابری و نقش سازمان‌ها است، یکی از پژوهش‌ها در این زمینه با پوشش پژوهش‌های انجام شده در طی ۴۰ سال معتقد است که تجارت، نابرابری را در کشورهای با درآمد بالا و متوسط کاهش می‌دهد و تأثیر مهمی بر نابرابری در کشورهای با درآمد پایین ندارد (Huang, Yan, Sim, Guo, & Xie, 2021). در طول زمان، اقتصاد سرمایه‌داری با روند جهانی شدن افزایش یافته است؛ و این به معنای افزایش نابرابری اقتصادی (Casara, Suitner, & Jetten, 2022; Huang et al., 2021) و مشخص تر شدن مرز بین فقیر و غنی است. روند جهانی شدن اقتصاد در کنار نهادهای اجتماعی و ساختارهای سیاسی مرتبط با آن موجبات افزایش نقش سازمان‌ها در ایجاد نابرابری را فراهم آورده‌اند (Bapuji & Chrispal, 2020). به عبارتی، نابرابری را سیستم‌های جامعه خلق و به افراد جامعه تحمیل می‌کنند؛ و از طریق سازوکارهایی قدرتمند همچون رویکردهای متفکرانی مانند فردریش هایک^۱ و میلتون فریدمن^۲ مبنی بر اولویت بازار، سیاست‌های مارگارت تاچر و رونالد ریگان^۳ و گسترش نئولیبرالیسم^۴ (McKean, 2019) با تأکید بر اراده، آزادی و فردگرایی (Millward-Hopkins, 2021)، تقویت شده و موجب تداوم و مشروعیت آن می‌شوند. چنین دیدگاهی در سطوح عمیق‌تر جامعه از طریق فرهنگ، رسانه‌ها، حتی فیلم‌ها و روایات مختلف سبب عادی‌سازی^۵ مسئله نابرابری می‌شوند (Van Gent & Jaffe, 2017). پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ و بعد از آن، اعتراضات مربوط به وال استریت^۶ این موضوع که سازمان‌ها در ایجاد نابرابری نقش فزاینده‌ای دارند در اذهان عمومی القا شد و شواهد آن، نابرابری در درآمد (افزایش بی‌وقفه حقوق مدیران) و نابرابری در ثروت (۹۹ درصد ثروت در اختیار ۱ درصد

1. Friedrich Hayek
2. Milton Friedman
3. Margaret Thatcher and Ronald Reagan
4. neoliberalism
5. Normalization
6. Wall street

افراد است) برشمرده شده است. نابرابری اقتصادی نوعی تهدید اجتماعی است و اثرات مخرب اجتماعی به همراه دارد (Amis, Brickson, Haack, & Hernandez, 2021); زیرا نابرابری بر نحوه ادراک و نگرش افراد از خود و محیط اجتماعی‌شان مؤثر است (Tanjitpiyanond, Jetten, & Peters, 2022). این موضوع نه تنها در سطح کلان، بلکه در سطح خرد و سازمانی نیز تبعاتی دارد. نابرابری اقتصادی و اجتماعی به صورت «توزیع نابرابر منابع مالی و دسترسی نابرابر به منابع و فرصت‌ها» تعریف می‌شود. سازمان‌ها از طریق فعالیت‌های خود در سیستم اجتماعی مانند فعالیت‌های بشردوستانه، پرداخت مالیات و سود، پرداخت حقوق و دستمزد، و در واقع از طریق فعالیت‌های مالی و غیرمالی ارزش‌آفرینی می‌کنند و از طرفی موجبات نابرابری در محیط کلان بیرونی را به طرق مختلف، از نابرابری‌های جمعیتی همچون (Bapuji, Ertug, & Shaw, 2020) تبعیض نژادی (Dupree & Boykin, 2021; Hu et al., 2021) و تبعیض جنسیتی (Wilcox, McDonald, Benton, & Tomaskovic-Devey, 2021) گرفته تا مسائل مهمی همچون فقر و پیامدهای آن شامل آسیب‌های جسمی، روانی و اجتماعی (Igawa & Managi, 2022)، را فراهم می‌کنند. سازمان‌ها این نابرابری را به واسطه رویکرد حداکثرسازی سود صاحبان سهام، سیستم پاداش‌ها و شیوه‌های استخدامی، سازوکار سازوکارهای باز توزیع مثل فعالیت‌های بشردوستانه، فعالیت‌های نهادی (مرزبندی کارها و قشربندی افراد) و فعالیت‌های برون سازمانی (آلودگی‌های صنعتی و محیط زیست و نابرابری‌های محیطی، تحصیلی و سلامتی حاصل از آن) ایجاد می‌کنند. اما سازمان‌ها باید از این موضوع آگاه باشند که نابرابری که در محیط بیرونی ایجاد می‌کنند بر خود آن‌ها تأثیر می‌گذارد. بنابراین سازمان‌ها هم موجبات نابرابری را فراهم می‌کنند و هم تحت تأثیر پیامدهای حاصل از آن قرار می‌گیرند. سازمان‌ها سهم ویژه‌ای در ایجاد نابرابری درآمد و ثروت دارند. سازمان‌ها با پیروی از اصل حداکثرسازی سود صاحبان سهام و اختلاف زیاد نسبت‌های حقوقی مدیران و کارکنان موجب نابرابری درآمد در سطح اجتماعی می‌شوند (Bapuji & Chrispal, 2020). این تأثیرات به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم است. اثر غیرمستقیم آن شامل ایجاد زمینه‌های عدم توسعه انسانی که منجر به نابرابری‌های سلامتی و بهداشتی، تحصیلاتی و محل زندگی می‌شود و می‌تواند خود را در شکل‌های مختلف مانند عدم رضایت کارکنان از زندگی، مشکلات سلامتی و اضطراب کارکنان به دلیل عدم امنیت شغلی نشان دهد. اثر مستقیم آن را می‌توان در نحوه نگرش کارکنان جست‌وجو کرد که می‌تواند نابرابری‌های دیگری را در سطح سازمانی فراهم کند و در سطح محیط رقابتی می‌تواند هزینه‌های اضافی برای سازمان به دلیل زیر سؤال رفتن مشروعیت و کاهش تعهد سازمانی را به بار آورد (Bapuji et al., 2020). نابرابری درآمد و ثروت بر رشد

اقتصادی تأثیرات مخربی دارد. نابرابری از طریق سازوکار سازوکارهای باز توزیع می‌تواند رشد اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد (Melki, 2022). با افزایش نابرابری، سازمان‌های ضعیف در اثر اجبارهای قانونی و سیاسی درگیر فعالیت‌های کاذب مثل لابی‌گری و رانت‌جویی می‌شوند و این به معنای تأثیر منفی بر رشد اقتصادی است. همچنین، محدودیت‌های شرایط بازار که در اثر موقعیت اجتماعی ایجاد می‌شود باعث می‌شود تا قشر ضعیف مالی به دلیل دسترسی محدود به منابع از سرمایه‌گذاری حذف شوند و این خود سازوکاری است که نابرابری را تشدید می‌کند (Melki, 2022). با توجه به نقش مهم سازمان‌ها در جامعه و زندگی روزمره و منبع تولید ثروت و از طرفی نقش فزاینده آن‌ها در ایجاد نابرابری، نیاز است تا سازمان‌ها به‌عنوان عضوی از سیستم اجتماعی درصدد بازنگری خود برآیند و مسئولیت آثار خود بر تمام ذی‌نفعان متأثر را در نظر بگیرند. این کار با تغییرات متفاوتی مانند تغییر در نوع استخدام‌ها و در نظر گرفتن گروه‌های متنوع اجتماعی و اقلیت‌ها در جهت کاهش نابرابری و ایجاد تصویر مطلوب از سازمان (Andreassen, 2021) و به‌کارگیری مسئولیت اجتماعی سازمان در راهبردها جهت کاهش شکاف نابرابری دستمزد امکان‌پذیر است؛ در حالی که اثر مثبت مسئولیت اجتماعی سازمان و توان آن در کاهش نابرابری‌ها مورد توجه قرار نگرفته است (Kong, Jiang, & Zhu, 2021). از این‌رو، نابرابری یکی از پیشران‌های اصلی سازمان‌ها برای برعهده‌گیری مسئولیت اجتماعی به حساب می‌آید. شکل شماره ۵، نقش سازمان‌ها در ایجاد نابرابری و تأثیرپذیری سازمان‌ها از نابرابری را در قالب یک نمودار علی نشان می‌دهد.



شکل ۵: نمودار علی رابطه بین نابرابری و سازمان‌ها

تغییرات اقلیمی و مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها

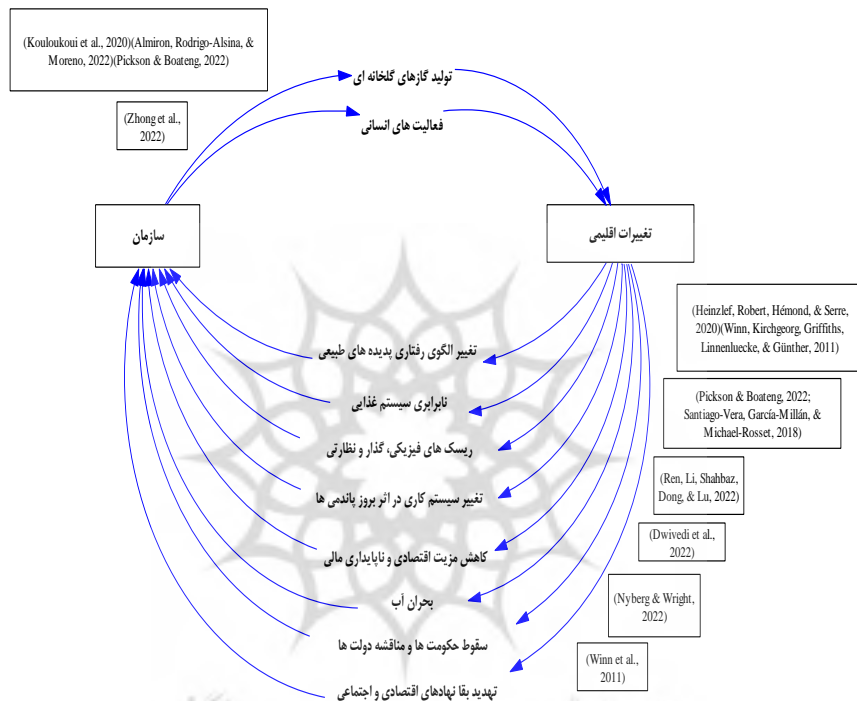
پیشران دوم مورد تأکید در ادبیات به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های دنیای امروز، بحث تغییرات اقلیمی است (Kouloukoui et al., 2020). کنترل تغییرات اقلیمی، نیازمند تغییر رفتار نه‌تنها در سطح فردی و مصرف‌کننده، بلکه در مقیاس بزرگ‌تر در سطح سازمان‌ها است (Whitmarsh, Poortinga, & Capstick, 2021). صنعت دام‌پروری و رژیم غذایی مبتنی بر گوشت، سوزاندن سوخت‌های فسیلی، جنگل‌زدایی (Almiron, Rodrigo-Alsina, & Moreno, 2022)، فعالیت‌های انسانی، سازمان‌ها و به‌ویژه بخش‌های تولیدی، منبع اصلی تولید گازهای گلخانه‌ای به‌حساب می‌آیند. بنابراین نقش مهم و اصلی را در کاهش گازهای گلخانه‌ای، سازگاری محیط صنعتی و طبیعی ایفا می‌کند (Kouloukoui et al., 2020). به‌گفته دبیر کل سازمان ملل متحد، این سازگاری «از منظر اجتماعی-اقتصادی یک الزام اخلاقی است» و شیوع بیماری کووید-۱۹ در سال ۲۰۱۹ اهمیت این هم‌خوانی بین دو محیط را بیش‌ازپیش آشکار کرد (Zhong et al., 2022). با افزایش تأثیرات زیست‌محیطی بر انسان‌ها بسیاری از شرکت‌ها

بیانیه‌های مأموریت خود را با شعار «سبز شدن»^۱ اصلاح و به‌روز کرده‌اند و برخلاف رویکرد سنتی مدیریت راهبردی، دغدغه‌ها و فعالیت‌های اجتماعی همچون بشر دوستی را برای کسب مزیت رقابتی و کسب اعتماد جامعه برای بقا، سرلوحه کار خود قرار داده‌اند (Yozgat & Karataş, 2011).

تغییرات اقلیمی، الگوی رفتاری پدیده‌های طبیعی را تغییر می‌دهند از جمله بارش‌های شدید، طوفان، سیل (Heinzlef, Robert, Hémond, & Serre, 2020)، آتش سوزی، خشک‌سالی، بالا آمدن سطح آب دریاها و تغییر فصل‌ها (Winn, Kirchgorg, Griffiths, & Linnenluecke, 2011). چنین تغییراتی جوامع شهری و به‌خصوص جمعیت آسیب‌پذیر را کاملاً تحت تأثیر عدم قطعیت‌های جدید قرار می‌دهد (Heinzlef et al., 2020) و موجبات تهدید امنیت مواد غذایی و دسترسی نابرابر به مواد غذایی را فراهم می‌کنند (Pickson & Boateng, 2022; Santiago-Vera, García-Millán, & Michael-Rosset, 2018). بحران آب، سقوط حکومت‌ها و مناقشه بین دولت‌ها از اثرات دیگر این تغییرات است (Nyberg & Wright, 2022). همچنین تغییرات آب‌وهوایی، ظرفیت زیست‌بوم‌ها را کاهش می‌دهد و بقای نهادهای اقتصادی و اجتماعی را با مشکل روبه‌رو می‌کند (Winn et al., 2011). تغییرات اقلیمی، شرایط جدیدی را به وجود می‌آورد که همه بازیگران اجتماعی از جمله خود سازمان، برنامه‌ها و اقدامات آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند به طوری که سازمان‌ها مجبور هستند تا با تهدیدات و چالش‌های جدید آب‌وهوایی خود را تطبیق دهند (Berkhout, 2012; Winn et al., 2011). به‌عنوان مثال بروز بیماری کووید-۱۹ سبب شد تا دور کاری از طریق کنفرانس‌های ویدئویی و استفاده از فناوری‌ها، فرهنگ‌سازی شود، شرایط کاری سازمان‌ها را کاملاً تحت تأثیر قرارداد و منجر به کاهش رد پای کربن شد. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتالی و ارائه گزینه‌های پایدار در جهت کاهش ردپای کربن، چرخش به سمت صنعت ۴.۰، فناوری بلاک‌چین و اینترنت اشیا (Dwivedi et al., 2022) سازمان‌ها را با فرصت‌ها و تهدیدهای جدیدی روبه‌رو خواهد کرد و می‌تواند بازارهای جدیدی را خلق کند و نیز آن را از بین ببرد. تغییرات اقلیمی به طرق مختلف بر سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد، از جمله «ریسک فیزیکی»^۲ که با آسیب به دارایی‌های فیزیکی سازمان‌ها توسط بلایای طبیعی موجب توقف فعالیت‌ها و کاهش مزیت اقتصادی و ارزش آن‌ها می‌گردد. عامل دیگر «ریسک‌های گذار و نظارتی»^۳ با وضع قوانین جدید مانند توافق‌نامه پاریس^۱ و مالیات کربن^۲ است که می‌تواند سیستم

1. Go Green
2. Physical risk
3. Transition and regulatory risks

سیستم مالی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد و از طرفی تغییر در سیاست‌ها و فناوری مورد استفاده سبب تغییر ترجیحات مصرف‌کننده و سرمایه‌گذاران (Ren, Li, Shahbaz, Dong, & Lu, 2022) و تأثیر منفی بر رشد تولید ناخالص داخلی سازمان در طول مرحله انتقال آن‌ها به سمت تولیدات پایدار می‌شود (Dunz, Naqvi, & Monasterolo, 2019). شکل شماره ۶ خلاصه‌ای از رابطه بین سازمان‌ها و تغییرات اقلیمی را نشان می‌دهد



شکل ۶: نمودار علی رابطه بین تغییرات اقلیمی و سازمان‌ها

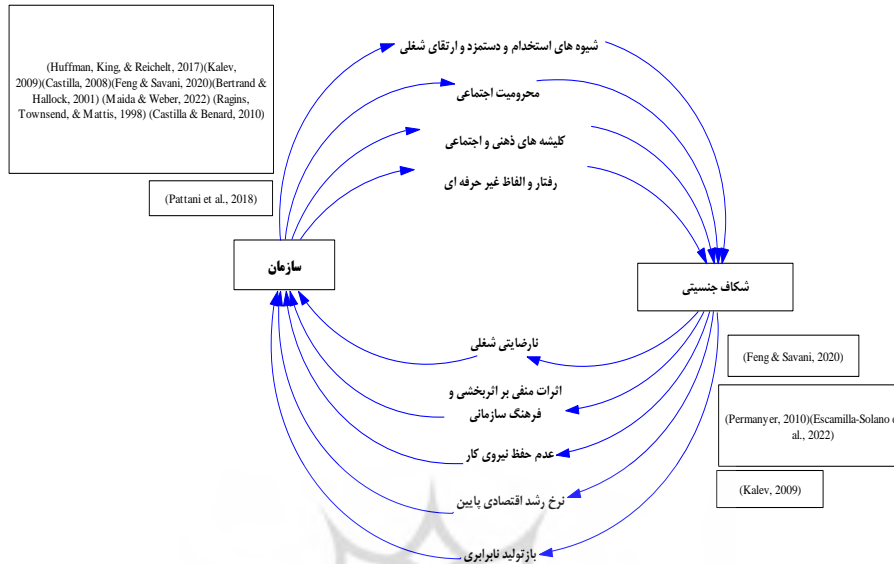
شکاف جنسیتی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها

اگرچه در قرن ۲۱م حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی پررنگ شده است (Escamilla-Solano, Paule-Vianez, & Blanco-González, 2022) اما همچنان یکی از چالش‌های بزرگ کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، با وجود پیشرفت‌های فراوان و تلاش برای دستیابی به توسعه پایدار از طریق «توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان»،

1. Paris Agreement
2. carbon taxes

نابرابری و شکاف جنسیتی است. سازمان‌ها، یکی از بازیگران اصلی هستند که نابرابری جنسیتی چه برای زنان و چه اقلیت‌ها از طریق شیوه‌های استخدام و دستمزد در آن‌ها تداوم می‌یابد (Kalev, 2009; Huffman, King, & Reichelt, 2017). شکاف جنسیتی به صورت‌های مختلف از جمله دریافت حقوق و ترفیحات کمتر زنان نسبت به مردان (Castilla, 2008; Feng & Savani, 2020) حتی بر اساس شایسته‌سالاری (Castilla & Benard, 2010) و موانع نامرئی در دریافت رتبه‌های ارشد و رهبری نمود پیدا می‌کند (Bertrand & Hallock, 2001; Maida & Weber, 2022; Ragins, Townsend, & Mattis, 1998) و در نتیجه نارضایتی شغلی را پدید می‌آورد (Feng & Savani, 2020). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که همه‌گیری کرونا موجب تشدید این نابرابری نیز شده است (Feng & Savani, 2020; Gelardi & Gozzi, 2021)؛ در طول این همه‌گیری و در اثر سیاست قرنطینه؛ زنان شاغل بار بیشتری را از طریق دورکاری و فعالیت‌های خانه‌داری و مراقبتی به عهده گرفتند (Feng & Savani, 2020). حتی در دوران قبل از همه‌گیری نیز این عامل به عنوان یک عامل اخراج زنان از کار محسوب می‌شده است. نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد که شکاف جنسیتی، تأثیرات منفی بر اثربخشی، فرهنگ سازمانی و حفظ نیروی کار دارد: «محرومیت اجتماعی» و عدم مشارکت زنان در فعالیت‌های خارج از ساعت کاری، کلیشه‌های ذهنی و قدیمی مبنی بر نامناسب بودن بعضی شغل‌ها و رشته‌ها برای زنان و حتی استفاده از رفتارها و الفاظ غیرحرفه‌ای و تحقیرکننده از نمودهای دیگر این شکاف جنسیتی است (Pattani et al., 2018). بنابراین سازمان‌ها با تفکیک شغلی، نقش مهمی در ایجاد و «بازتولید نابرابری» دارند (Kalev, 2009).

علت اهمیت برابری جنسیتی و توجه فزاینده نسبت به آن دلایل مختلفی دارد، از جمله این که نابرابری جنسیتی الگوی دیرینه ناعادلانه‌ای است که نیاز به اصلاح دارد و به همین علت «ترویج برابری جنسیتی و توان‌مندسازی زنان» به عنوان سومین هدف توسعه هزاره انتخاب شده است. دلیل دیگر این است که مطالعات زیادی حاکی از آن است که در کشورهایی که برابری جنسیتی بیشتر است، نرخ رشد اقتصادی نیز بالا است (Permanyer, 2010). بنابراین تبعیض جنسیتی علاوه بر آسیب به زنان، هزینه‌های اقتصادی بالایی را نیز را به جامعه تحمیل می‌کند (Klasen & Lamanna, 2009). پس با کاهش نابرابری جنسیتی در سازمان‌ها می‌توان اثرات اقتصادی مثبت ایجاد کرد و نیز در اثر افشای سیاست برابری جنسیتی به مزیت رقابتی دست یافت (Escamilla-Solano et al., 2022). شکل شماره ۷ رابطه دو طرفه بین سازمان‌ها و شکاف جنسیتی را نشان می‌دهد.



شکل ۷: نمودار علی رابطه بین شکاف جنسیتی و سازمان‌ها

سناریوهای استقرایی و هنجاری آینده مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها

شکل شماره ۸ به‌عنوان نتیجه‌گیری نهایی، سه سناریو استقرایی و هنجاری برای آینده مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها را نشان می‌دهد. این سناریوها خرده‌جهان‌هایی را تصویر می‌کنند که در آن آینده‌های بدیلی برای سازمان‌ها با توجه به هر کدام از پیشران‌ها به وقوع پیوسته است. در این سناریوهای استقرایی، علاوه بر توصیف ویژگی‌های سازمان‌ها، خصوصیات از خرده‌جهان پیرامونی آن‌ها نیز تصویرسازی شده است.

پروژه نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

سناریوی سه:
سازمان‌های بدون
«تبعیض جنسیتی»^۹

در این سازمان‌ها، جنسیت در میزان حقوق، اعتبار شغلی و ترفیع سازمانی نقشی ایفا نمی‌کند. نقش‌ها، باورها، پیش‌فرض‌ها، مدل‌های ذهنی و برساخت‌های اجتماعی جنسیت‌زده جایی در فرهنگ سازمانی ندارند تا جایی که متغیرهای وابسته مربوط به عملکرد سازمانی همبستگی با متغیر مستقل جنسیت ندارند. این سازمان‌ها برابری جنسیتی را فقط محدود به استخدام، حقوق و مزایا و ترفیع نمی‌دانند و فرایندهای استخدامی عاری از سوگیری‌های جنسیتی، ایجاد گفت‌وگو، برابری‌خواهی جنسیتی، طراحی فیزیکی سازمان مبتنی بر برابری‌خواهی جنسیتی و نهادینه‌سازی شفافیت از مهم‌ترین ویژگی‌های این سازمان‌ها است. کمتر از ۱۰ درصد از کارکنان چنین سازمان‌هایی احساس محذوف بودن در فضای کاری می‌کنند. چنین سازمان‌هایی شاخص‌های استاندارد را برای سنجش «میزان مشارکت»^{۱۰} تمامی کارکنان طراحی کرده‌اند.

⁹ Gender-inclusive organizations

¹⁰ Inclusion rate

سناریوی دو:
«هم‌حسان با طبیعت»^۳

این سناریو با پایان دوره «سبزشویی»^۴ آغاز می‌شود. تبلیغات مصرف‌گرایی که سال‌ها پیشران اصلی دنیای تجارت به‌خصوص در کشورهای آنگلو ساکسون بود جای خود را به چشم‌اندازی مبتنی بر «اقتصاد دونا»^۵ و زندگی حداقلی داده است و سازمان‌ها در دوگانه مصرف-اقلیم، اقلیم را اولویت خود قرار داده‌اند. در طول سال میزان مصرف جهانی فراتر از توان زیستی زمین نمی‌رود. «تولید ناخالص داخلی» با شاخص‌هایی چون «حسابداری سبز»^۶ یا «شادی ناخالص ملی»^۷ جایگزین شده است. انتشار گزارش‌های مربوط به محیط زیست توسط سازمان‌ها همانند انتشار گزارش‌های مالی اجباری است. برای محقق شدن این سناریو، بایستی مالیات به‌زای تولید هر تن کربن در سال ۲۰۲۲ به حدود ۸۰ دلار برسد و به تدریج این نرخ افزایش یابد. گسترش دیجیتالی شدن اقتصاد، اینترنت اشیا و تولد متاورس، حرکت به سمت جامعه‌ای با «هزینه نهایی صفر»^۸ را ممکن کرده است.

3 Bio philias

4 Green washing

5 Doughnut economics

6 Green accounting

7 Gross National Happiness

8 Zero marginal cost

سناریوی یک:
سازمان‌های برابری‌جو

در این سناریو، مسئولیت اجتماعی، دیگر به‌عنوان یک فعالیت خیرخواهانه حاشیه‌ای-نمایشی و یا یک اهرم راهبردی مشروعیت‌بخش برای سازمان مطرح نیست، بلکه هویت سازمان به‌عنوان یک نهاد اجتماعی-سیاسی کنش‌گر بازتعریف شده است. در چشم‌انداز چنین سازمان‌هایی، ارزش‌آفرینی اجتماعی حتی به قیمت کاهش سود، جایگزین حداکثرسازی سود برای صاحبان سهام شده است. چنین سازمان‌هایی صرفاً به دنبال ایفای مسئولیت اجتماعی حداقلی خود نیستند بلکه به دنبال «اثرگذاری اجتماعی»^۱ در مسائل کلان اقتصادی و بهبود شاخص‌های مرتبط با نابرابری و فقر هستند. رعایت حقوق ذی‌نفعان و «سهام‌بری» عادلانه آن‌ها در طول زنجیره خلق ارزشی که از معادن آفریقا یا کارخانه‌های بنگلادش شروع می‌شود و به فروشگاه‌های لندن و نیویورک ختم می‌شود جزو منشور اخلاقی این سازمان‌ها است. به بیانی دیگر، سازوکارهای قانونی بازتوزیع ثروت در طول زنجیره خلق ارزش در این سازمان‌ها نهادینه شده است. «نسبت حقوق مدیرعامل به کارمندان» در چنین سازمان‌هایی بین ۳ تا ۴ است. در این سناریو سازمان‌های بزرگ و «شرکت‌های خوشه‌ای»^۲ فناورانه که این دگرذیسی را در خود نهادینه نکرده‌اند به سرنوشت دایناسورها دچار شده‌اند.

1 Social impactfulness

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

سیر تکامل مفهوم مسئولیت اجتماعی نشان داد که چگونه با شخصیت‌بخشی به سازمان‌ها به‌عنوان موجوداتی زنده، تلاش شد تا برهم‌کنشی بین سازمان و جامعه برقرار شود. برهم‌کنشی که از مسئولیت‌پذیری واکنش‌گرا و احتمالاً اجباری برای سازمان‌ها، آن‌ها را به سمت اثرگذاری اجتماعی سوق داده است. گذار از این مراحل مشخص کرد که در روزگار کنونی، سازمان‌ها، شهروندانی هستند که بایستی آگاهانه و متعهدانه برای ساختن جامعه‌ای بهتر برای همه کوشش کنند. نتایج این پژوهش نشان داد که در ساحت علمی، سه الگوی بزرگ بر ادبیات حوزه مسئولیت اجتماعی سایه انداخته‌اند. درواقع، هسته مرکزی این سه الگو، نشان‌دهنده سه موضوع مشکل‌ساز در زمینه مسئولیت اجتماعی یعنی «نابرابری»، «تغییرات اقلیمی» و «شکاف جنسیتی» هستند. همچنین با اخذ یک موضع کنش‌گرانه و آینده‌گرا با استفاده از روش جذاب سناریو، تلاش شد تا فضای آینده‌های بدیل پیش روی مفهوم مسئولیت اجتماعی ترسیم شود. این سناریوها که به ترتیب «سازمان‌های برابری‌جو»، «هم‌حسان با طبیعت» و «سازمان‌های بدون تبعیض جنسیتی» نام گرفتند، به مدیران و پژوهش‌گران کمک می‌کند تا فضاهای آینده در زمینه مسئولیت اجتماعی را بشناسند. سازمان‌های برابری‌جو، کنش‌گر و ارزش‌آفرین هستند، سازمان‌های هم‌حسان با طبیعت به دنبال تحقق اهداف توسعه پایدار هستند و سازمان‌های بدون تبعیض جنسیتی، بهشت برابری‌خواهان میان زن و مرد هستند. البته یک سازمان می‌تواند در همه این روایت‌ها یا ترکیبی از آن‌ها نقش‌آفرینی کند و البته که یک سازمان در مقایسه با دیگر سازمان‌ها می‌تواند درجاتی از این روایت‌ها را محقق کرده باشد، اما آنچه که مهم است فهم فضای کلی حاکم بر آینده مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها است.

براساس نتایج، به مدیران شرکت‌ها چه آن‌هایی که کوشش‌هایی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام داده‌اند و چه آن‌هایی که در این زمینه مسیری را طی نکرده‌اند، پیشنهاد می‌شود که جایگاه خود در سه روایت سناریویی را به‌عنوان چشم‌انداز سازمان در زمینه مسئولیت اجتماعی ترسیم و امکانات سازمان برای دستیابی به چشم‌انداز را بسیج کنند. سازمان‌های پیشرو به دنبال اثرگذاری اجتماعی هستند، یعنی فراتر از مسئولیت به صورتی کاملاً کنش‌گرانه می‌خواهند در رأس تغییرات مثبت و آینده‌گرا باشند، بنابراین هر سازمانی، در هر سطحی دیرپازود باید در سه روایت تبیین‌شده در این پژوهش، نقشی را ایفا کند و این نقش‌آفرینی به تعهد مدیریت ارشد، سبک رهبری و فرهنگ سازمانی برمی‌گردد. برای مثال تعدیل جنسیتی در بخش مدیریت ارشد، تلاش در جهت

همگام‌سازی دستمزدها و تلاش برای به حداقل رساندن کربن تولیدی در حوزه‌های ۱، ۲ و ۳ از جمله گام‌های مهم در زمینه حرکت به سمت مسئولیت‌پذیری حقیقی برای شرکت‌ها است.



- Abad-Segura, E., Cortés-García, F. J., & Belmonte-Ureña, L. J. (2019). *The sustainable approach to corporate social responsibility: A global analysis and future trends. Sustainability*, 11(19), 5382 .
- Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). *A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23 .
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). *Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. Academy of management review*, 32(3), 836-863 .
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). *What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. Journal of management*, 38(4), 932-968 .
- Aksnes, D. W & ,Sivertsen, G. (2019). *A criteria-based assessment of the coverage of scopus and web of science. Journal of Data and Information Science*, 4(1), 1-21.
- Almiron, N., Rodrigo-Alsina, M., & Moreno, J. A. (2022). *Manufacturing ignorance: think tanks, climate change and the animal-based diet. Environmental Politics*, 31(4), 576-597 .
- Amis, J., Brickson, S., Haack, P., & Hernandez, M. (2021). *Taking Inequality Seriously. Academy of management review*, 46(3), 431-439 .
- Amorelli, M. F & ,García- Sánchez, I. M. (2021). *Trends in the dynamic evolution of board gender diversity and corporate social responsibility. Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 537-554 .
- Andreassen, T. A. (2021). *Diversity clauses in job advertisements: Organisational reproduction of inequality? Scandinavian Journal of Management*, 37(4), 101180 .
- Bansal, P., & Song, H.-C. (2017). *Similar but not the same: Differentiating corporate sustainability from corporate responsibility. Academy of Management Annals*, 11(1), 105-149 .
- Bapuji, H., & Chrispal, S. (2020). *Understanding economic inequality through the lens of caste. Journal of business ethics*, 162(3), 533-551 .
- Bapuji, H., Ertug, G., & Shaw, J. D. (2020). *Organizations and societal economic inequality: A review and way forward. Academy of Management Annals*, 14(1), 60-91 .
- Barauskaite, G., & Streimikiene, D. (2021). *Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 278-287 .

- Berkhout, F. (2012). *Adaptation to climate change by organizations*. Wiley interdisciplinary reviews: climate change, 3(1), 91-106 .
- Bertrand, M., & Hallock, K. F. (2001). *The gender gap in top corporate jobs*. *ILR Review*, 55(1), 3-21 .
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman: University of Iowa Press*.
- Bruton, G., Sutter, C., & Lenz, A.-K. (2021). *Economic inequality—Is entrepreneurship the cause or the solution? A review and research agenda for emerging economies*. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 106095 .
- Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). *How corporate social responsibility pays off*. *Long Range Planning*, 29(4), 495-502 .
- Carroll, A. B. (1991). *A three-dimensional conceptual model of corporate performance*. *Academy of management review*, 4(4), 497-505 .
- Carroll, A. B. (2021). *Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future*. *Business & Society*, 00076.
- Casara, B. G. S., Suitner, C., & Jetten, J. (2022). *The impact of economic inequality on conspiracy beliefs*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 98, 104245 .
- Castilla, E. J. (2008). *Gender, race, and meritocracy in organizational careers*. *American Journal of sociology*, 113(6), 1479-1526 .
- Castilla, E. J., & Benard, S. (2010). *The paradox of meritocracy in organizations*. *Administrative science quarterly*, 55(4), 543-676 .
- David, P., Kline, S., & Dai, Y. (2005). *Corporate social responsibility practices, corporate identity, and purchase intention: A dual-process model*. *Journal of Public Relations Research*, 17(3), 291-313 .
- Davis, K. (1973). *The case for and against business assumption of social responsibilities*. *Academy of Management journal*, 16(2), 312-322 .
- Dhanesh, G. S. (2020). *Who cares about organizational purpose and corporate social responsibility, and how can organizations adapt? A hypermodern perspective*. *Business Horizons*, 63(4), 585-594 .
- Dunz, N., Naqvi, A., & Monasterolo, J. (2019). *Climate transition risk, climate sentiments, and financial stability in a stock-flow consistent approach*. *Climate Sentiments, and Financial Stability in a Stock-Flow Consistent Approach* (April 1, 2019).
- Dupree, C. H., & Boykin, C. M. (2021). *Racial inequality in academia: Systemic origins, modern challenges, and policy recommendations*. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 8(1), 11-18 .
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Grover, P., Abbas, R., . . . Bunker, D. (2022). *Climate change and COP26: Are digital technologies and information management part of the problem or*

- the solution? An editorial reflection and call to action. International Journal of Information Management*, 63, 102456 .
- Escamilla-Solano ,S., Paule-Vianez, J., & Blanco-González, A. (2022). *Disclosure of gender policies: do they affect business performance? Heliyon*, 8(1), e08791 .
- Feng, Z., & Savani, K. (2020). *Covid-19 created a gender gap in perceived work productivity and job satisfaction: implications for dual-career parents working from home. Gender in Management: An International Journal* .
- Friedman, M., & Selden, R. T. (2002). Capitalism and freedom.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). *Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. Journal of business ethics*, 53(1), 51-71 .
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition: John Wiley & Sons*.
- He, H., & Harris, L. (2020). *The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. Journal of Business Research*, 116, 176-182 .
- Heinzlef, C., Robert, B., Hémond, Y., & Serre, D. (2020). *Operating urban resilience strategies to face climate change and associated risks: Some advances from theory to application in Canada and France. Cities*, 104, 102762 .
- Hu, S., Xiong, C., Younes, H., Yang, M., Darzi, A., & Jin, Z. C. (2021). *Examining spatiotemporal evolution of racial/ethnic disparities in human mobility and COVID-19 health outcomes: Evidence from the contiguous United States. Sustainable Cities and Society*, 103506 .
- Huang, K., Yan, W., Sim, N., Guo, Y., & Xie, F. (2021). *Can trade explain the rising trends in income inequality? Insights from 40 years of empirical studies. Economic Modelling*, 105725 .
- Igawa, M., & Managi, S. (2022). *Energy poverty and income inequality: An economic analysis of 37 countries. Applied Energy*, 306, 118076 .
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). *The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135 .
- Jain, T., & Jamali, D. (2016). *Looking inside the black box: The effect of corporate governance on corporate social responsibility. Corporate governance: an international review*, 24(3), 253-273 .
- Klasen, S., & Lamanna, F. (2009). *The impact of gender inequality in education and employment on economic growth: new evidence for a panel of countries. Feminist economics*, 15(3), 91-132 .

- Kong, X., Jiang, F., & Zhu, L. (2021). *Business Strategy, Corporate Social Responsibility, and Within-Firm Pay Gap*. *Economic Modelling*, 105703 .
- Kouloukoui, D., Marinho, M. M. d. O., Gomes, S. M. d. S., de Jong, P., Kiperstok, A., & Torres, E. A. (2020). *The impact of the board of directors on business climate change management: case of Brazilian companies*. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 25(1), 127-147 .
- Kraus, P., & Brtitzelmaier, B. (2012). *A literature review on corporate social responsibility: definitions, theories and recent empirical research*. *International Journal of Management Cases*, 14(4), 282-296 .
- Kurki, S., & Wilenius, M. (2015). *Organisations and the sixth wave: are ethics transforming our economies in the coming decades?* *Futures*, 71, 146-158 .
- Kvasničková Stanislavská, L., Pilař, L., Margarisová, K., & Kvasnička, R. (2020). *Corporate Social Responsibility and social media: Comparison between developing and developed countries*. *Sustainability*, 12(13), 5255 .
- Lee, M. D. 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 .
- Lin, K., Peng, M. Y. P., Anser, M. K., Yousaf, Z., & Sharif, A. (2021). *Bright harmony of environmental management initiatives for achieving corporate social responsibility authenticity and legitimacy: Glimpse of hotel and tourism industry*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 640-647 .
- Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., Kroschke, M., & Wirtz, J. (2021). *Corporate digital responsibility*. *Journal of Business Research*, 122, 875-888 .
- López- Concepción, A., Gil- Lacruz, A. I., & Saz- Gil, I. (2021). *Stakeholder engagement, Csr development and Sdgs compliance: A systematic review from 2015 to 2021*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* .
- Maida, A., & Weber, A. (2022). *Female leadership and gender gap within firms: Evidence from an Italian board reform*. *ILR Review*, 75(2), 488-515 .
- Marin, L., & Ruiz, S. (2007). *"I need you too!" Corporate identity attractiveness for consumers and the role of social responsibility*. *Journal of business ethics*, 71(3), 245-260 .
- Matten, D., & Moon, J. (2008). *"Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility*. *Academy of management review*, 33(2), 404-424 .

- McKean, B. L. (2019). *Kant, coercion, and the legitimation of inequality. Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 1-23 .
- Melewar, T., Foroudi, P., & Jin, Z. (2020). *Corporate branding, identity, image and reputation: current and future trends, developments and challenges. Journal of Business Research* .
- Melki, M. (2022). *Inequality and investment: The role of institutions. Economic Modelling*, 108, 105736 .
- Millward-Hopkins, J. (2021). *Back to the future: Old values for a new (more equal) world. Futures*, 128, 102727 .
- Munro, V. (2020a). *CSR Historical and Emerging Themes and Related Terms. In CSR for Purpose, Shared Value and Deep Transformation: Emerald Publishing Limited.*
- Munro, V. (2020b). *The Future of CSR and the New Ecosystem for CSR 4.0. In CSR for Purpose, Shared Value and Deep Transformation: Emerald Publishing Limited.*
- Nyberg, D., & Wright, C. (2022). *Climate-proofing management research. Academy of Management Perspectives*, 36(2), 713-728 .
- Panizzut, N., Rafi-ul-Shan, P. M., Amar, H., Sher, F., Mazhar, M. U., & Klemeš, J. í. J. (2021). *Exploring relationship between environmentalism and consumerism in a market economy society: A structured systematic literature review. Cleaner Engineering and Technology*, 100047 .
- Permanyer, I. (2010). *The measurement of multidimensional gender inequality: Continuing the debate. Social Indicators Research*, 95(2), 181-198 .
- Perrin, F. (2021). *Can the historical gender gap index deepen our understanding of economic development? Journal of demographic economics*, 1-39 .
- Phillips, R., Schrempf-Stirling, J., & Stutz, C. (2020). *The past, history, and corporate social responsibility. Journal of business ethics*, 166(2), 203-213 .
- Pickson, R. B., & Boateng, E. (2022). *Climate change: a friend or foe to food security in Africa? Environment, Development and Sustainability*, 24(3), 4387-4412 .
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). *Strategy & Society. Harvard Business Review*, 84 .
- Ragins, B. R., Townsend, B., & Mattis, M. (1998). *Gender gap in the executive suite: CEOs and female executives report on breaking the glass ceiling. Academy of Management Perspectives*, 12(1), 28-42 .
- Ren, X., Li, Y., Shahbaz, M., Dong, K., & Lu, Z. (2022). *Climate risk and corporate environmental performance: Empirical evidence from China. Sustainable Production and Consumption*, 30 , 466-477.

- Santiago-Vera, T. d. J., García-Millán, M. A., & Michael-Rosset, P. (2018). *Enfoques de la resiliencia ante el cambio climático. Agricultura, sociedad y desarrollo*, 15(4), 531-539 .
- Sethi, S. P. (1975). *Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. California management review*, 17(3), 58-64 .
- Snyder, H. (2019). *Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research*, 104, 333-339 .
- Tanjitpiyanond, P., Jetten, J., & Peters, K. (2022). *How economic inequality shapes social class stereotyping. Journal of Experimental Social Psychology*, 98, 104248 .
- Tourky, M., Kitchen, P., & Shaalan, A. (2020). *The role of corporate identity in CSR implementation: An integrative framework. Journal of Business Research*, 117, 694-706 .
- Van Beurden, P., & Gössling, T. (2008). *The worth of values—a literature review on the relation between corporate social and financial performance. Journal of business ethics*, 82(2), 407-424 .
- Van der Heijden, K. (2005). *Scenarios: the art of strategic conversation: John Wiley & Sons.*
- Van Gent, W., & Jaffe, R. (2017). *Normalizing urban inequality: Cinematic imaginaries of difference in postcolonial Amsterdam. Social & Cultural Geography*, 18(4), 553-572.
- Verk, N., Golob, U., & Podnar, K. (2021). *A dynamic review of the emergence of corporate social responsibility communication. Journal of business ethics*, 168(3), 491-515 .
- Whitmarsh, L., Poortinga, W., & Capstick, S. (2021). *Behaviour change to address climate change. Current Opinion in Psychology*, 42, 76-81 .
- Wilcox, A., McDonald, S., Benton, R. A., & Tomaskovic-Devey, D. (2021). *Gender inequality in relational position-taking: An analysis of intra-organizational job mobility networks. Social Science Research*, 102622 .
- Winn, M., Kirchgeorg, M., Griffiths, A., Linnenluecke, M. K., & Günther, E. (2011). *Impacts from climate change on organizations: a conceptual foundation. Business Strategy and the Environment*, 20(3), 157-173 .
- Wood, D. J. (1991). *Corporate social performance revisited. Academy of management review*, 16(4), 691-718 .
- Yozgat, U., & Karataş, N. (2011). *Going green of mission and vision statements: ethical, social, and environmental concerns across organizations. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1359-1366 .
- Zhong, F., Cheng, W., Guo, A., Song, X., Cheng, Q., Ullah, A., & Song, Y. (2022). *Are Chinese social scientists concerned about climate change? A bibliometric analysis and literature review. Environmental Science and Pollution Research*, 1-22 .