

مسئولیت های اجتماعی سازمان ها و شرکت ها در ایران

علی قلی جوکار^۱

ملوک سیدآبادی^۲

چکیده

براساس نتایج بسیاری از پژوهش ها مهمترین دلایل و علل کاهش اعتماد، سرمایه اجتماعی و فرهنگی در ایران، و بروز آسیب ها و فسادهای مختلف در جامعه، به سبب ناپاسخگویی، مسئولیت ناپذیری، و بی اعتنائی نسبت به ایفای نقش های تعهد شده ی وتعهد نشده وغیرالزام آور اما انسانی و اخلاقی اشخاص حقیقی (افراد و شهروندان) و اشخاص حقوقی اعم از ساختارها، مسئولان، مدیران و صاحب منصبان دستگاه ها، سازمان ها و نهادهای مختلف در بخش دولتی، خصوصی و بخش عمومی نیمه دولتی (مثل شهرداری ها و سازمان تأمین اجتماعی و سایر موارد) در سطوح و ابعاد مختلف اجتماعی و به ویژه در بخش دولتی بوده است. نتایج پژوهش های مورد مطالعه و بررسی این پژوهش نشان می دهند که ارتقای مسئولیت اجتماعی با : ارتقای مسئولیت انسانی، حقوقی و قانونی، اخلاقی، احترام به ارزش های معنوی و دینی، زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و تأمین منافع و رضایت کارکنان سازمان تحت امر، ذی نفعان ومخاطبان، مصرف کنندگان محصولات و کالاهای تولیدی، توزیع کنندگان، گروه ها، جمعیت های مخاطب و تحت تاثیر فعالیت ها وسیاستگذاری های دستگاه ها، سازمان ها، نهادها و شرکت های عمومی نیمه دولتی (مثل شهرداری ها و سازمان تأمین اجتماعی و امثالهم) و مدیران رده های مختلف آن ها، رابطه معنادار و مثبت داشته است. این پژوهش با روش کتابخانه ای و اسنادی با هدف انکشاف عوامل و علل کاهش یا ارتقای مسئولیت های اجتماعی در سازمان ها و شرکت ها صورت گرفته، و در صدد بوده است تا به مهمترین علل و عوامل تاثیرگذار بر کاهش یا افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان ها و شرکت های دولتی، خصوصی، تعاونی و سازمان های عمومی دولتی و نیمه دولتی بپردازد.

کلید واژه ها :

مسئولیت اجتماعی، عوامل موثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی، سازمان ها و شرکت ها، ذی نفعان، جامعه

^۱ - دکترای تخصصی جامعه شناسی فرهنگی و پژوهشگر فرهنگی و اجتماعی،

^۲ - دکتری تخصصی مدیریت فرهنگی و پژوهشگر فرهنگی.

مقدمه، طرح و بیان مسأله

همان طور که می دانیم بدیهی ترین و مهمترین دلایل و علل کاهش اعتماد و سرمایه اجتماعی- فرهنگی هر نظام اجتماعی، و بروز آسیب ها و فسادهای مختلف در جامعه، به سبب ناپاسخگویی و مسئولیت ناپذیری، و بی اعتنائی نسبت به ایفای نقش های تعهد شده، مسئولیت های مختلف اخلاقی، انسانی، معنوی و دینی، اجتماعی و فرهنگی، زیست محیطی، قانونی، قانونگذاری و قانونپذیری ساختارها و سازمان های بخش های دولتی، خصوصی و عمومی نیمه دولتی چون سازمان تامین اجتماعی، شهرداری ها، اشخاص حقوقی و ساختارهای وابسته به آنها بوده که متقابلاً باعث کاهش و ریزش مسئولیت پذیری افراد و شهروندان، اشخاص حقیقی، اعضای خانواده ها، گروه های اجتماعی و مدنی، احزاب و گروه های سیاسی و اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی، طرفداران و علاقه مندان به محیط زیست، و سایر اعضا و گروه های اجتماعی به؛ ساختارهای اجتماعی دولتی، خصوصی، تعاون و نیمه دولتی شامل؛ دستگاه ها، سازمان ها، و نهادهای اجتماعی و مدنی، مدیران و مسئولان آن ها در همه ی سطوح مختلف جتمعه کلان گردیده و گسترش می یابد.

بی توجهی به نتایج، آثار و پیامد های زیانبار اجتماعی چنین عملکردهای آسیب زا، کژکارکردها و بی توجهی نسبت به عدم پایبندی مطلوب به مسئولیت های اجتماعی و فرهنگی افراد، گروه ها، خانواده ها، و ساختارهای مختلف جامعه در ابعاد ریز و درشت حوزه های مختلف فرهنگ دینی، اخلاقی، معنوی و انسان دوستانه، خانواده مداری، کسب و کار اقتصادی و تجاری، زیست محیطی، قانونگذاری و قانونپذیری که در این پژوهش اختصاراً از آن تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی» یاد می کنیم، باعث شده که جامعه به جهات مختلفی متحمل نقصان و ضررهای جبران ناپذیری گردد. حال سوال اصلی این است که چه عواملی باعث مسئولیت گریزی اجتماعی در سازمان ها و شرکت های دولتی و غیر دولتی می گردد.

این پژوهش با روش کتابخانه ای، اسنادی و اکتشافی در صدد است با انجام مطالعه و بررسی موضوع، و بهره گیری از نتایج برخی از مهمترین پژوهش های انجام شده و موجود داخلی و خارجی، و ارائه ی نتایج پژوهش، بتواند به مهمترین عوامل افزایش مسئولیت اجتماعی در سازمان ها و شرکت های دولتی و غیر دولتی دست یافت.

مفاهیم و اصطلاحات مهم

۱- تعاریف مسئولیت اجتماعی^۳

ویژگی های محوری مسئولیت اجتماعی شامل خصلت های پایه ای مفهومی هستند به گونه ای که این ویژگی ها در قریب به اتفاق تعریف های دانشگاهی و کارورزانه ی مسئولیت اجتماعی تکرار می شوند. مهمترین سازمان ها، شرکت ها و انجمن های کسب و کار در سطح جهانی که به تعریف مفهوم مسئولیت اجتماعی پرداخته اند را می توان عبارت از؛ دولت انگلیس، کمیسیون اروپا، وزارت بازرگانی چین، کنفدراسیون صنایع انگلیس، شورای کسب و کار جهانی برای توسعه پایدار، گپ با مسئولیت محدود، اچ اس بی سی، کمک های مسیحی، و CSR آسیا، و ... برشمرد. بر این اساس از مفهوم مسئولیت اجتماعی در ادبیات خارجی تعاریف مختلفی به عمل آمده است که در زیر به مهمترین آن ها به صورت مختصر اشاره می کنیم.

مسئولیت اجتماعی عبارت است از؛ «اقدام داوطلبانه ای که کسب و کارها، علاوه بر انطباق با الزامات قانونی کمینه، به منظور پاسخگویی به منافع رقابتی خود و منافع جامعه انجام می دهند» (دولت انگلستان، www.CSR.gov.uk.com).

«مفهومی است که طبق آن سازمان ها مسائل اجتماعی و زیست محیطی ناشی از عملیات کسب و کاری خود و تعامل خویش را با ذی نفعان شان، به صورت داوطلبانه یکپارچه می سازند» (کمیسیون اروپا، نامه ی کمیسیون سبز اروپا، ۲۰۰۱، ایجاد چارچوبی اروپایی برای مسئولیت اجتماعی).

مسئولیت اجتماعی «اقدامی مشخص که سازمان های چینی در تحقق بخشیدن به آرزوهای سیاسی رهبری جمعی جدید حزب کمونیست چین- وادار کردن مردم به ایجاد جامعه ای همساز-انجام می دهند» (وزارت بازرگانی چین، شرکت اخلاقی، ۲۰۰۵، سیاست: تعریف چینی CSR، ۱۵ سپتامبر ۲۰۰۵، www.ethical.corporation.com).

3. CSR (corporate social responsibility)

مسئولیت اجتماعی عبارت است از «پذیرش این که سازمان ها باید نه تنها در قبال عملکرد مالی خود، بلکه در قبال تاثیر فعاليت های شان در جامعه و يا محيط پاسخگو باشند» (کنفدراسیون صنایع انگلیس ، www.cbi.org.uk).

مسئولیت اجتماعی عبارت است از «تعهد مداوم صاحبان کسب و کار به رفتار اخلاقی و کمک به رشد اقتصادی همزمان با بهسازی کیفیت زندگی نیروی کار و اعضای خانواده های شان و نیز مردم کشور و جامعه در مقیاس وسیع» (شورای کسب و کار جهانی برای توسعه ، WBCSD, 1999, CSR: meeting changing expectation's).

مسئولیت اجتماعی عبارت است از «مسئول بودن به لحاظ اجتماعی، به معنی کوشش برای گنجاندن ارزش ها و اخلاقیات ما در هر کاری که انجام می دهیم- از چگونگی اداره کسب و کارمان و چگونگی رفتار با کارکنان مان تا چگونگی تاثیرمان در جامعه هایی که در آن کار و زندگی می کنیم» (شرکت گپ با مسئولیت محدود ، www.gapinc.com).

مسئولیت اجتماعی «به معنی انجام مسئولیت و نشان دادن حساسیت در قبال موفقیت بلند مدت است. هدف ما سود بردن به هر قیمت نبوده و نیست ؛ زیرا می دانیم که موفقیت فردی مان به اعتمادی که امروز ایجاد می شود وابسته است» (شرکت اچ اس بی سی ، www.hsbc.com).

مسئولیت اجتماعی عبارت است از: «تعهد شرکت به روشی پایدار به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی که با موازنه ی منافع ذی نفعان گوناگون همراه باشد» (سازمان اقدام جمعی CSR آسیا ، www.csr-asia.com).

و در نهایت، از دیدگاه سازمان توسعه صنعتی ملل متحد، مسئولیت اجتماعی عبارت از ؛ «مدیریت محیط زیست ، کارآیی با محیط زیست، منابع مسئول، مشارکت ذینفعان، استاندارد های کار و شرایط کار، روابط کارکنان و جامعه، برابری اجتماعی، تعادل اجتماعی، حقوق بشر ، حکمرانی خوب و اقدامات ضد فساد است»⁴.

۱-۱- انواع مسئولیت اجتماعی

۱-۱-۱- مسئولیت اقتصادی

در مورد مسئولیت اقتصادی می توان گفت، از لحاظ تاریخی سازمانها به عنوان نهادهای اقتصادی جهت ارائه ی کالاها و خدمات مورد نیاز اعضای جامعه و فروش آنها برای کسب سود، طراحی شده اند و اولین و مهمترین مسئولیت اجتماعی یک بنگاه کسب و کار، مسئولیت اقتصادی آن می باشد. یک بنگاه کسب و کار، قبل از هر چیزی پایه ی اساسی اقتصاد جامعه بوده و همه ی وظایف دیگر کسب و کار، مبتنی بر این فرض اساسی است (کارول، ۱۹۷۹ و ۱۹۹۱). این نوع از مسئولیت پایین ترین سطح هرم را می سازد و مربوط به سودآور بودن کسب و کار است. بخشی از مسئولیت شما در یک شرکت این است که هزینه ها را در پایین ترین سطح نگه دارید و سود را به بیشترین حد برسانید، برای توسعه ی کسب و کار سرمایه گذاری کنید و برای صاحبان و سهامداران شرکتان بازگشت سرمایه داشته باشید. اینکه از نظر اقتصادی مسئول باشید معنایش این است که می توانید در اجتماع شغل های پایدار ایجاد کنید و خدمات و محصولات بی ضرر برای جامعه تولید کنید . همه ی افرادی که در یک سازمان کار می کنند، از رئیس گرفته تا زیردستان می توانند با انجام کارشان به بهترین شکل در این مسئولیت سهم داشته باشند و خود را با رویکردهای نوآورانه و تازه برای حل مسئله تطبیق دهند (همان). از طرفی سازمان و شرکت غیر از آنچه از اهداف و وظایفی که برای آن طراحی شده و به فعالیت ادامه می دهند در جوامعی که هنوز رویکرد زندگی اجتماعی در آنها بر اساس مادیات و سودآوری صرف نیست ، به نظر می رسد سازمان ها و شرکت در قبال نفع و سودی که بدست می آورند متقابلاً نسبت به جامعه و افراد و ساختارها و نظام حاکم بر جامعه و ذی نفعان به ویژه کارکنان خود مسئولیت اقتصادی دارد . به عنوان مثال اگر یکی از اعضای خانواده کارکنان سازمان یا شرکت دچار بیماری صعب العلاجی شود که حقوق دریافتی ماهانه وی از سازمان کفاف هزینه درمان عضو خانواده ایشان را ننماید اگر چه سازمان یا شرکت از لحاظ قانون و مقررات وظیفه اجباری در حمایت از او را ندارد اما از لحاظ اخلاقی نسبت به حمایت مالی و اقتصادی او در هنگام مسئولیت دارد و

⁴ .www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr

چنانچه شانه از چنین مسئولیتی شانه خالی کند کاهش انگیزه آن نفر و سایر کارکنان که چنین وضعیتی را مشاهده می کنند در پی داشته و به تدریج از اعتبار و سرمایه اجتماعی سازمان و شرکت مذکور کاسته خواهد شد.

۱-۲- مسئولیت قانونی یا حقوقی

حداقل الزام یک کسب و کار پیروی از قانون و رعایت مسئولیت حقوقی یا قانونی است. در بسیاری از کشورها به این معنی است که درباره ی محصولات و خدماتی که می فروشید صادق باشید، ایمنی کارمندان و مشتری ها را تأمین کنید، محیط زیست را تخریب نکنید و مالیات خود را پرداخت کنید. حداقل معنی آن این است که سازمان تان را از پیگرد و جریمه در امان نگه دارید. چرا که بر روی سود و آبروی شما تأثیر منفی می گذارد و حتی می تواند منجر به تعطیلی کسب و کارتان شود. برای مثال به عنوان یک مدیر می توانید با اطمینان از اینکه اعضای تیم تان ابزار و لباس مناسب دارند و آموزش های لازم را دیده اند، نسبت به سلامتی و رعایت قوانین ایمنی اطمینان حاصل کنید. کارمندان نیز با استفاده از اطلاعات دقیق، به روز و قابل اطمینان می توانند از شرکت و مشتری هایش مراقبت کنند. مسئولیت حقوقی یا قانونی بیانگر آن است که جامعه، شرکت ها را تنها مجاز به کار کردن با انگیزه ی کسب سود نمی داند، بلکه از آنها انتظار دارد که کسب و کار خود را مطابق با قوانین و مقررات اعلام شده از سوی دولت، سازمان بالاسری، و ساختارهای محلی (مقررات استانی و استاندارد محل استقرار) انجام دهند و مأموریت های اقتصادی خود را در چهارچوب قوانین وضع شده، علاوه در جهت سودآوری و نفع ذی نفعان به جامعه نیز به انجام برسانند (همان منبع).

۱-۳- مسئولیت اخلاقی

مسئولیت های اخلاقی، دربرگیرنده ی فعالیت ها و شیوه هایی هستند که حتی اگر در قوانین و مقررات نیز مدون نشده باشند، انجام آنها از سوی جامعه انتظار می رود و یا ممنوع شناخته شده است. مسئولیت های اخلاقی استانداردها، هنجارها، یا انتظاراتی را دربردارد که منعکس کننده ی دغدغه ی مصرف کنندگان، کارکنان، و جامعه در رابطه با عدالت به همراه احترام و حفظ حقوق اخلاقی سهامداران می باشد. از جمله پرهیز از خشونت اجتماعی، جلوگیری از آسیب های اجتماعی و غیره، که این چنین مسئولیت هایی بیشتر ریشه در عقاید دینی و حقوق بشر دارد (همان منبع). در مدل هرمی کارول این بخش از هرم شما را موظف می کند که کار درست و منصفانه را انجام دهید حتی اگر قانون چنین چیزی از شما نخواست باشد. برای انجام این مسئولیت به چشم انداز اخلاقی ای که کارول معرفی می کند نیاز دارید. برای مثال شما می توانید سازمان تان را طوری شکل دهید که مالیات کمی بپردازد یا اصلاً مالیات نپردازد، اما وظیفه ی اخلاقی شما این است که از این کار خودداری کنید، حتی اگر قانون به شما این اجازه را بدهد. یا در مقیاسی کوچکتر برای اعضای تیم تان شرایط کار انعطاف پذیری ایجاد کنید که آنها بتوانند همراه با کارشان مسئولیت های مراقبتی را نیز در نظر بگیرند. بعضی از مسائل اخلاقی سخت تر از آن هستند که با تغییرات کوچک بتوان درست شان کرد. برای مثال شما می توانید محصول تان را ایمن و کارا تولید کنید، با قیمت مناسبی به فروش برسانید و با افرادتان به خوبی رفتار کنید. اما فرض کنید محصول شما یک خوراکی است که مقدار زیادی شکر در آن وجود دارد، آیا شما باید دستور پخت تان را تغییر بدهید؟ در اینجا باور به ارزش های اخلاقی شما را میان سلامتی مصرف کنندگان و سودآوری شرکت، باعث می شود که تصمیمی مناسب با وجدان تان اتخاذ کنید (کارول، ۱۹۷۹ و ۱۹۹۱).

۱-۴- مسئولیت انسان دوستانه یا بشر دوستانه

این بالاترین سطح مسئولیت است و از انتظارات فراتر می رود. این سطح از شما می خواهد یک شهروند خوب و فعال باشید و برای بهبود جهان اطرافتان تلاش کنید. مثالی از این نوع رفتار می تواند عضایی از تیم باشند که در هنگام کار در برنامه های داوطلبانه شرکت می کنند، حاضرند برای ابتکارات جامعه پول خرج کنند، حاضرند مشاوره های حرفه ای رایگان بدهند یا مانند

شرکت یونیلور^۵ با فقر جهانی مبارزه کنند. به عبارتی دیگر مسئولیت های بشردوستانه شامل اقداماتی است که شرکت ها در پاسخ به انتظارات جامعه از شرکت که به عنوان یک شهروند خوب عمل کند، انجام میدهند. بر اساس این مسئولیت، سازمان در انواع فعالیت هایی که در جهت کاهش معضلات جامعه و بهبود کیفیت زندگی و رفاه جامعه انجام می شود، مانند تسهیم منابع برای مؤسسات فرهنگی یا اجتماعی مختلف، فراهم کردن منافع کارمندان مثل آموزش و افزایش حقوق، مشارکت می نماید. این نوع از مسئولیت بحث برانگیزترین نوع مسئولیت اجتماعی است، چرا که محدوده های آن گسترده بوده و مصادیق آن می تواند با جهت گیری های بنگاه اقتصادی سودآور در تناقض باشد (همان منبع).

۲- مفاهیم پیشینی مسئولیت اجتماعی در ایران

۲-۱- سند نقشه مهندسی فرهنگی

سند نقشه مهندسی فرهنگی به عنوان یک سند بالادستی با همکاری و مشارکت فعال و همه جانبه نهادها و مراکز علمی- پژوهشی، محققان و اندیشمندان و کارشناسان حوزه و دانشگاه و دستگاه های اجرایی و فرهنگی ذی ربط، تهیه و تنظیم گردیده است. این سند با توجه به ارزش های فرهنگی، اخلاقی، دینی، ملی، اجتماعی، سیاسی و سایر ارزش های دیگر ایرانی اسلامی تدوین گردیده است که کنش گران اجتماعی اعم از کنشگران حقیقی و حقوقی و ساختارها و سازمان ها و نهادهای حاکمیتی، دولتی، بخش خصوصی، تعاونی و عمومی دولتی و نیمه دولتی در قبال رعایت آن ها مسئولیت دارند که این مسئولیت ذیل مسئولیت اجتماعی قرار می گیرند. افزون بر ظرفیت نهادها و دستگاه های علمی و اجرایی کشور، بالغ بر ۳۰۰ نفر از محققان و کارشناسان در تهیه و تدوین این سند به صورت مستقیم و مستمر و بیش از ۲۰۰۰ نفر نیز به صورت غیر مستقیم و بخشی، مشارکت و همکاری داشته اند (مقدمه سند نقشه مهندسی فرهنگی کشور، ۱۳۹۳). این سند بالادستی مشتمل بر ۷ فصل بوده که فصل ۶ آن شامل؛ ۱۳ راهبرد کلان به همراه راهبرد ها و اقدامات ملی ذیل هر کدام از آن ها می باشد، و فصل ۷ آن شامل چارچوب نهادی نظام های فرهنگی و اجتماعی کشور است.

۲-۱-۱- راهبرد کلان ۱۲ سند نقشه مهندسی فرهنگی

موضوع راهبرد کلان ۱۲ سند نقشه مهندسی فرهنگی کشور عبارت است از؛ «بازنگری و اصلاح اهداف و کارکردهای فرهنگی نظام های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مبتنی بر نقشه مهندسی فرهنگی». بنابراین محتوای این راهبرد شامل اکثر ابعاد و ارکان مسئولیت اجتماعی می گردد و به عنوان یکی از منابع قانونی مسئولیت قانونی در کشور به شمار می رود.

۲-۲- بند ۲۱ اقدام ملی راهبرد کلان ۱۲ نقشه مهندسی فرهنگی

بند ۲۱ اقدام ملی از راهبرد کلان ۱۲ سند نقشه مهندسی فرهنگی بیان می دارد که: «طراحی و استقرار نظام ارزیابی عملکرد مسئولیت فرهنگی و اجتماعی دستگاه های اجرایی و ارتقای جایگاه سازمانی آنها» (سند نقشه مهندسی فرهنگی، ۱۳۹۳: ۸۶-۹۰).

۲-۲- پیوست فرهنگی (- اجتماعی)

پیوست فرهنگی (اجتماعی) فرصتی ارزشمند به منظور جاری ساختن سیاست های کلان فرهنگی، ابزاری برای ایجاد مصونیت و پیشگیری از پیامدهای منفی در عرصه فرهنگ و همچنین اقدامی در راستای ایجاد تحول و پیش بردنگی در فرآیندها و

⁵ . Unilever

روش های مدیریت فرهنگی کشور مبتنی بر ارزش های فرهنگ اسلامی و در نهایت ، عاملی موثر در جهت ارتقای بهره وری محسوب می گردد. بر همین اساس و برای نیل به این منظور، «نظام نامه پیوست فرهنگی» در کمیسیون فرهنگی و پیوست نگاری فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی تبیین و تدوین گردید، و در جلسه شماره ۷۳۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۳۹۲/۱/۲۱ به تصویب رسید و توسط ریاست محترم جمهوری وقت برای اجرا ابلاغ گردید(مقدمه نظام نامه پیوست فرهنگی، ۱۳۹۲: ۴).

۲-۲-۲-۱- بند ۱۵ اقدام ملی از راهبرد کلان ۱۲ نقشه مهندسی فرهنگی(در باره پیوست فرهنگی اجتماعی)
بند ۱۵ اقدام ملی از راهبرد کلان سند نقشه مهندسی فرهنگی بیان می دارد ؛ « استقرار نظام پیوست نگاری فرهنگی و ایجاد ساز و کار پیش بینی ،ارزیابی و پیشگیری از تاثیرات و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی سیاست ها،برنامه ها و اقدامات نظام های مختلف هماهنگ با شورای عالی انقلاب فرهنگی».

۲-۲-۲-۲- اهداف نظام نامه پیوست نگاری فرهنگی اجتماعی؛
مهمترین هدف نظام نامه پیوست فرهنگی ، ایجاد زمینه و شرایطی است که با ایجاد گفتمان فراگیر اصلاح عملکرد فرهنگی تصمیمات مدیریتی در همه سازمان های اجرایی کشور، ضمن این که طرح های مهم به ویژه پروژه های عمرانی و اجتماعی، اقتصادی به نحو مطلوبی اجرا می شوند، ارزش های دینی ، ملی و انقلابی نیز حفظ و تقویت می گردند(مقدمه نظام نامه پیوست فرهنگی، ۱۳۹۲: ۴).

۲-۲-۳- نظام نامه پیوست فرهنگی (اجتماعی) ؛
نظام نامه پیوست فرهنگی عبارت است از؛ « مجموعه ای است شامل چپستی ، چگونگی، تهیه، تصویب، اجرا و ارزیابی پیوست فرهنگی به منظور درک مشترک از مفاهیم، اقدامات، مسئولیت های سازمان ها و نهادهای مشارکت کننده در تحقق یک هدف خاص ، به تصویب مراجع ذیربط رسیده و مبنای اقدامات ، قضاوت و ارزیابی قرار می گیرد(همان: ۵).

۲-۲-۴- تعریف پیوست فرهنگی (اجتماعی)
پیوست فرهنگی عبارت از ؛ «مجموعه ای است برای شناسایی، اقدام و ارزیابی از آثار و پیامدهای فرهنگی طرح ها و فعالیت هاست که پس از انجام مطالعات لازم و با استناد به مبانی نظری و اسناد بالادستی به ویژه نقشه مهندسی فرهنگی کشور، متناسب با مقتضیات و شرایط جامعه، ضمن معرفی داده - ستاده یک سیاست اجرایی، طرح یا لایحه ، پروژه یا هر فعالیت دیگری با فرهنگ جامعه ، با ارائه راهکارهای عملی برای تقویت آثار مثبت و حذف و کاهش پیامدهای مخرب آن در فرهنگ جامعه ، راهنمای مجریان فعالیت ها و طرح ها در رعایت راهبردها ، اعمال الزامات و استانداردهای مربوط، و راهکارها در برنامه ها و اقدامات عملی در اجرای آن فعالیت خواهد بود» (همان : ۵-۶).

۳- تعریف مسئولیت اجتماعی از دیدگاه پژوهش(تعریف بومی)
با توجه به رویکرد و مبانی حاکم بر جامعه اسلامی ما، به طور کلی می توان مسئولیت اجتماعی را عبارت از متر، معیار و چهارچوبی دانست که سازمان ها، نهادها و افراد یا شهروندان جامعه بر مبنای آن و در رابطه با مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و در کل تمامی جنبه های زیست انسانی، واکنشی فعالانه از خود نشان می دهند و یا آغازگر فعالیت هایی هستند که در نهایت به سود افراد و شهروندان، ساختارها و نهادها و کارکنان، سهامداران، مالکان، مخاطبان یا ذی نفعان آنها و در نهایت به نفع جامعه است. در جوامع غربی هسته اصلی مسئولیت اجتماعی ایجاد تعادل بین اقتصاد و اکوسیستم بوده است.

بر این اساس، مفهوم مسئولیت اجتماعی، عبارت است از «پاسخگویی و احساس مسئولیت نسبت به انجام گروهی از تعهدات اجتماعی فردی و شهروندی، سازمان ها، نهادها، و حکمروایی جامعه است که در عملکرد خود مجبور به عمل در جهت ایفای آن تعهدات، حمایت برای بالا بردن آن می باشد». به عبارتی دقیق تر، «مسئولیت اجتماعی عبارت است از احساس و ارتقای مسئولیت انسانی، حقوقی و قانونی، اخلاقی، معنوی و دینی، زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و نسبت به افراد و شهروندان، کارکنان سازمان تحت امر، مخاطبان، تولید کنندگان، مصرف کنندگان محصولات و کالاهای تولیدی، توزیع کنندگان و دینفعان، گروه ها، جمعیت های مخاطب و تحت تاثیر فعالیت ها و سیاستگذاری های یک شخص حقیقی و حقوقی، سازمان ها، نهادها و دستگاه های دولتی، سازمان های عمومی نیمه دولتی (شهرداری ها)، بخش تعاون و بخش غیردولتی (بخش خصوصی) و رؤیسان، مدیران و مسئولان آن ها، و جبران آثار و پیامدهای احتمالی ناشی از عدم توجه، سوء فعالیت ها، سوء مدیریت ها و سوء کارکردها و ... بر افراد، خانواده ها، جمعیت ها، گروه های اجتماعی، مخاطبان، مصرف کنندگان، توزیع کنندگان، شهروندان و به طور کلی جامعه».

ادبیات و پیشینه پژوهش

بر اساس بررسی های صورت گرفته ملاحظه می گردد بجز حوزه ی در سازمان ها و شرکت های اقتصادی آن هم به خصوص در بخش خصوصی، در سایر حوزه ها به خصوص دستگاه ها، نهادها و سازمان های دولتی و حاکمیتی و قدرت ادبیات و پیشینه مسئولیت اجتماعی از غنای مناسبی برخوردار نیست و این شاید بدان علت بوده است که پژوهشگران قدرت ریسک گام گذاشتن در حوزه قدرت و نهادهای دولتی را نداشته اند و یا دستگاه ها و نهادها و سازمان های دولتی اجازه ورود پژوهشگران به این حوزه از مسئولیت اجتماعی را نداده اند و گر نه انتظار می رفت محققان و پژوهشگران همچون سازمان ها و شرکت های بخش خصوصی ورود کرده، بر غنای ادبیات و پیشینه مسئولیت اجتماعی در کشور می افزودند. لذا پژوهش و مقالات علمی پژوهشی در این حوزه دولتی فقیر، بسیار کم بوده، ادبیات و پیشینه موضوع بیشتر محدود به به مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سازمان های اقتصادی یا کسب و کارهای اقتصادی در بخش خصوصی است. اما برعکس به نظر می رسد در جهان غرب زمینه تولید ادبیات نظری و پژوهش های علمی مرتبط با مسئولیت اجتماعی با محدودیت کمتری مواجه بوده است و محققان و دانشگاهیان چندین دهه است که مشغول به تولیدات علمی و پژوهشی و تولید داده ها در ارتباط با مسئولیت اجتماعی در حوزه های مختلف هستند. با این حال در ادامه به مرور برخی از مهمترین پژوهش های صورت گرفته در ارتباط با مسئولیت اجتماعی در خارج و داخل کشور می پردازیم.

الف- پیشینه شناسی خارجی پژوهش

تاریخچه پیدایش این مفهوم در کتابی با عنوان «شرکت مدرن و دارایی خصوصی نوشته برل و مینز^۶ دو استاد دانشگاه هاروارد، قابل ردیابی است. اما این مفهوم به معنای دقیق کلمه «مسئولیت اجتماعی شرکت» یا به اختصار CSR نخستین بار به سال ۱۹۵۳ توسط بوئن^۷ در کتاب «مسئولیت اجتماعی تاجر» معرفی گردید. پس از آن در پایان دهه ۱۹۶۰ با گسترش دغدغه اجتماعی شرکت ها و نگرانی های عمومی پیرامون مسائل محیطی، این مفهوم گسترش چشمگیری پیدا کرد. به طور مشخص در دوران کلاسیک مدیریت علمی، تمرکز اصلی سازمان ها بر سودآوری و بُعد اقتصادی کسب و کار معطوف بوده است^۸. آرچی کارو^۹ یکی از افرادی است که در سیر تاریخی پیشرفت مفهوم مسئولیت اجتماعی جایگاهی ویژه داشته است. او با معرفی «هرم مسئولیت اجتماعی» به بازنمایی، تکوین و گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها، نقش آفرینی کرد. هرم کارول

۶. Berle & Means

۷. Bowen

۸. parsmodir.com

۹. Archie Carroll

برای مسئولیت اجتماعی دارای چهار بخش مهم اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشر دوستانه است که نشان دهنده ی خواسته های جامعه از شرکت ها است (حبیبی، ۱۳۹۱).

به طور کلی این موضوع از ابتدای قرن بیستم بسیار جدی تر گرفته شد و در پایان قرن بیستم نیز با اوج گیری بحران های مختلف جهانی از جمله بحران های زیست محیطی، ابعاد بزرگ تری به خود گرفت. شرکت هایی که در زمینه صنعت و تکنولوژی پیش گام بودند، سرمایه گذاری عظیمی روی مسئولیت های اجتماعی و فعالیت های مرتبط با ابعاد مختلف آن، انجام دادند. به عنوان مثال می توان ۱۰ شرکت برتری که در زمینه مسئولیت اجتماعی، بیشترین فعالیت ها را داشته و دارند، عبارتند از: گوگل، مایکروسافت، والت دیزنی، بی ام و، لگو، دایملر، اپل، رولز رویس، رولکس، و اینتل، برشمرده.

- آرچی کارول با طراحی مدل هرمی خود در باره مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مسئولیت اجتماعی شرکت ها را به چهار بخش اقتصادی (بدست آوردن سود و منافع)، قانونی (هماهنگی با قوانین و مقررات جاری و حاکم)، مسئولیت های اخلاقی (ضرورت مسئولیت های اخلاقی برای یک جامعه خوب)، و مسئولیت های نوع (انسان) دوستانه (سازمان ها به طور داوطلبانه به جامعه کمک می کنند و رفاه جامعه را بهبود می بخشند) دسته بندی کرده و معتقد است پذیرش و اجرای مسئولیت اجتماعی برای رسیدن به یک جامعه خوب ضروری است. در این مدل مسئولیت های اقتصادی از مسئولیت های اصلی سازمان بوده، و منظور از آن سودآوری است. مسئولیت های قانونی اشاره به این دارد که سازمان باید در چارچوب قوانین و مقررات جامع، مسئولیت اقتصادی خود را انجام دهد. سومین بُعد، مسئولیت اخلاقی است که ارزش ها و هنجارهای جامعه را مدنظر قرار داده و به آنها احترام می گذارد. در نهایت و بُعد چهارم و در رأس هرم نیز مسئولیت های نوع دوستانه قرار می گیرد که به فعالیت های داوطلبانه اشاره می کند. بر اساس این هرم، مسئولیت های قانونی، پایه محسوب شده، و سایر مسئولیت ها بر مسئولیت اقتصادی دلالت دارند. لذا وقتی سازمان یا شرکت ها سود لازم و مطلوب را بدست می آورند، نقش بسزایی در ارتقاء کیفی سازمان و شرکت، ارتقاء سرمایه و اعتماد اجتماعی در سطح جامعه را به دنبال خواهند آورد (بداغی، اسلامبولچی و ربیعی مندجین، ۱۳۹۹).

- تیرمی و نسلندر^{۱۰} (۲۰۱۶) در تحقیق خود تحت عنوان «خلاقیت برای اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیطی» نشان داده است که هدف های اجتماعی نسبت به هدف های اقتصادی و محیطی، اهمیت بیشتری در سیاست های مسئولیت اجتماعی دارند. همچنین برای ایجاد خلاقیت نیز، هدف های اجتماعی دارای اهمیت بیشتری نسبت به هدف های اقتصادی و محیطی هستند (همان).

- ریگو براتوپارادا دازا (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان «یک مدل ارزیابی برای مسئولیت اجتماعی» به این نتایج دست یافت که ضرورت دارد که هر سازمانی برای خودش ابعاد مسئولیت اجتماعی اش را شناسایی کرده، سپس برای اطلاع از اجرای آن، مدل ارزیابی (مطلوب) را پیدا کرده و آن را (در مقام عمل) بسنجد (همان).

- کی هون لی، مارک و فرانک (۲۰۰۷) در یک تحلیل جامع، رابطه مثبت میان عملکرد اجتماعی سازمان با عملکرد مالی را ثابت کردند. مسئولیت پذیری اجتماعی سبب کسب شهرت، اعتبار و نهایتاً سبب ارتقای شاخص های مالی می شود (کی هون لی، ۲۰۰۷: ۶۷ به نقل از علمی مهر و رأفتی: ۱۳۹۸).

- جاسکیوس و اسنيسکا (۲۰۰۸) در پژوهش خود در باره مسئولیت اجتماعی، به نوعی ارتباط میان مسئولیت پذیری اجتماعی و نگرش سازمان دست یافتند و به این نتیجه رسیدند که تنها سازمان هایی که دستیابی به استانداردهای اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی را جزو اهداف خود قرار دهند نسبت به مسئولیت پذیری اجتماعی، نگرش مطلوبی دارند (اوبیوس والاس، ۲۰۰۹: ۹۱ به نقل از همان).

ب- پیشینه داخلی پژوهش

¹⁰ . Tirmi Vanslnder

با اینکه تقریباً از ابتدای قرن ۱۴ شمسی (سال‌های آغازین ۱۳۰۰) صنعت کم‌کم در ایران پا گرفت، اما موضوع مسئولیت اجتماعی دهه‌ها طول کشید تا مطرح شود. تنها در یک دهه و چند سال گذشته بوده است که شرکت‌های خصوصی و دولتی موضوع مسئولیت اجتماعی را جدی گرفته و نسبت به ابعاد مختلف آن حساس‌تر شدند. این موضوع در شرکت‌های خصوصی و به‌خصوص استارت‌آپ‌ها برجسته‌تر از سایر نهادها به چشم می‌آید. فعالیت‌های بشر دوستانه و زیست‌محیطی هسته اصلی مسئولیت‌های اجتماعی این شرکت‌ها در ایران را تشکیل می‌دهند. با توجه به نوپا بودن مسئولیت اجتماعی در ایران از یک سو و زیاد بودن تعداد بحران‌ها در کشور، احتمالاً شرکت‌های ایرانی با دقت بیشتری نسبت به این موضوع اقدام کرده‌اند.

- پژوهشی با عنوان «مطالعه علل عدم اجرای مصوبات شورا در حوزه مسئولیت اجتماعی» در سال ۱۳۹۹ در مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران وابسته به شهرداری تهران انجام گرفته است. این پژوهش به ارزیابی اجرای مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی شهر تهران پرداخته است که طی چند ماده واحد به تصویب شورای اسلامی شهر تهران رسیده است. یکی از مهمترین ماده واحد‌های مسئولیت پذیری مصوب شورای اسلامی شهر تهران، ماده واحدی «نظام نامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی شهر تهران بوده در سال ۱۳۹۶ که مدت اجرای آن از سال ۱۳۹۶ لغایت پایان سال ۱۳۹۶ بوده است. از نظر پژوهش خروجی و آثار قابل توجهی از اجرای نظام نامه مشاهده نشده است. نتایج پژوهش نشان داده است که مهمترین دلایل عدم موفقیت اجرای نظام نامه، عبارت از؛

- عدم وضوح نظام نامه و برنامه عملیاتی آن،
- خلأهای قانونی نظام نامه،
- چندگانگی نظری و عملی در حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی،
- عدم تناسب مدیریت و عملکرد،
- بی توجهی به نقش تسهیل گرانه شهرداری،
عدم استفاده از تجربیات جهانی.
همچنین پژوهشگران برای موفقیت انجام و اجرای سیاست‌های مسئولیت پذیری پیشنهادی را ارائه کرده‌اند که مهمترین این پیشنهادات عبارتند از؛

- تنظیم نظام نامه اصلاحی و جایگزینی آن با نظام نامه موجود،
- تدوین نظام نامه ای جدید و جایگزینی با نظام نامه موجود،
- پیش بینی سناریوهای جدید در نظام نامه جدید (قوام دوست و رضانی، ۱۳۹۹: ۹).
- مقاله تحقیقی «اخلاق و مسئولیت اجتماعی در سازمان (مطالعه موردی: اداره راه آهن بندر عباس) حاصل پژوهشی است که توسط آقای علی امیری و ماریا وزیری در باره «رابطه ی بین اخلاق و مسئولیت اجتماعی در سازمان (اداره) راه آهن بندرعباس انجام گرفته است. این مقاله در فصلنامه مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، منتشر شده است. نتایج پژوهش نشان داده است که میان ابعاد و مولفه های اخلاق و مسئولیت های اجتماعی رابطه معنادار وجود داشته، و هرچه ارزش های اخلاقی در سازمان کاهش یابد به تبع آن مسئولیت های اجتماعی نیز رو به کاهش و قهقرا می رود (امیری و وزیری، ۱۳۹۹).
- معصومه شهبواری و رسول سلمانی در سال ۱۳۹۷ پژوهشی انجام داده‌اند که نتایج آن به صورت مقاله ای پژوهشی تحت عنوان «بررسی پیامدهای اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها (با تاکید بر کارایی سرمایه گذاری) در فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری وابسته به انجمن مهندسی مالی ایران، سال هفتم، شماره بیست و هفتم در پاییز ۱۳۹۷ منتشر شده است. این پژوهش به بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر کارایی سرمایه گذاری شرکت های بورسی ایرانی در بازه زمانی سال ۱۳۸۹ لغایت سال ۱۳۹۴ پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داده است که هرچه مسئولیت اجتماعی در شرکت افزایش یافته و بالاتر رفته است ناکارآمدی سرکایه گذاری رو به کاهش بوده و در عوض کارایی سرمایه گذاری افزایش یافته است. نتیجه آن که مسئولیت پذیری اجتماعی با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیریت و سرمایه گذاران و برطرف کردن مشکلات نمایندگی، به افزایش کارایی سرمایه گذاری منجر شده است (شهبواری و سلمانی، ۱۳۹۷).

- آقایان غلامرضا طالقانی، عباس نرگسیان ، و مصطفی گودرزی در سال ۱۳۸۷ تحقیقی در باره تاثیر سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی سازمان ها در اداره کل مالیات غرب استان تهران انجام داده اند که نتایج آن طی مقاله پژوهشی با عنوان « بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی سازمان ها (مطالعه موردی: اداره کل مالیات غرب استان تهران) در دوماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد ، سال ۸۱، دوره جدید، شماره ۱-۴۷ در تیرماه ۱۳۹۰ منتشر شده است. بر اساس نتایج این پژوهش، محققان معتقدند که سرمایه اجتماعی سازمانی بر افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان ها، تاثیرگذار است. نتایج یافته های این تحقیق نشان داده اند که بین سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در این سازمان، رابطه معنادار وجود داشته، و همچنین میان عناصر ساختاری، شناختی و رابطه سرمایه اجتماعی، رابطه علی معنادار و مثبت با مسئولیت پذیری اجتماعی در اداره کل مالیات غرب استان تهران وجود دارد (طالقانی، نرگسیان و گودرزی، ۱۳۹۰).

- آقای ابراهیم ایزدپناه و خانم اعظم نعیمی در سال ۱۳۹۹ در تحقیقی به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی در شهرداری قزوین بر رضایت شغلی کارکنان، پرداخته اند که نتایج این پژوهش طی مقاله ای تحت عنوان « بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان (مورد مطالعه: شهرداری قزوین)» در نشریه علمی مطالعات جامع در مدیریت شهری، سال اول، شماره سوم، در سال ۱۳۹۹، منتشر شده است. هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان (شهرداری قزوین) نسبت به جامعه، محیط، مشتری و دولت بر رضایتمندی کارکنان شهرداری قزوین بیان شده است. نتایج پژوهش نشان داده است که افزایش مسئولیت پذیری در سطوح مختلف مدیریت شهرداری و ساختار شهرداری نسبت به جامعه و محیط زیست، کارکنان، مشتری و دولت، را در پی داشته است (ایزدپناه و نعیمی، ۱۳۹۹).

- احمد کرمانی و حسن الوداری در سال ۱۴۰۱، پژوهش دیگری را در باره تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت در نیروگاه اصفهان انجام داده اند. نتایج این تحقیق نشان داده است که میان مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد کارکنان آن، رابطه معناداری وجود داشته است به این ترتیب که؛ هرچه شرکت نسبت به کارکنان خود افزایش مسئولیت نشان داده است افزایش و بهبود عملکرد کارکنان خود را در پی داشته است (کرمانی و الوداری، ۱۴۰۱).

- پژوهشی در سال ۱۳۹۹ با هدف ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی توسط آقایان بدایعی، اسلامبولچی و ربیعی مندجین انجام گرفته که نتایج آن طی مقاله ای تحقیقی با عنوان « طراحی مدل مسئولیت اجتماعی و سنجش آن در سازمان تامین اجتماعی» در فصلنامه پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، دوره ۱۴، شماره ۲، شماره پیاپی ۴۹، تابستان ۱۳۹۹، منتشر شده است. نتایج پژوهش نشان داده است که وضعیت ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی با ضریب اطمینان ۹۵ درصد، به ترتیب اولویت عبارت است از؛ بُعد اقتصادی، بُعد تعهد کاری، اخلاق گرایی، بُعد قانونی، بُعد نوع دوستانه، بُعد عدالت درمانی، بُعد عدالت اجتماعی و بُعد صداقت، می باشد (بدایعی، اسلامبولچی و ربیعی مندجین، ۱۳۹۹).

- عادل آذر (۱۳۹۴) در پژوهش خود با طراحی مدل مسئولیت اجتماعی سازمان با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری، ابعاد و شاخص های مسئولیت اجتماعی سازمان را در قالب ۵ بُعد؛ تعهد به مشتریان و بازار، تعهد به کارکنان، تعهد به محیط زیست، تعهد به پایبندی به قوانین و مقررات، و تعهد به جامعه، تبیین و تدوین کرده است. محقق با توجه به نتایج بدست آمده در این پژوهش، نشان داده است که قدرت نفوذ، میزان وابستگی، و تحقق مسئولیت های اجتماعی یک سازمان در گرو تاکید آن سازمان بر اهمیت مسئولیت اجتماعی خود نسبت به جامعه، افزایش پیدا می کند (بدایعی، اسلامبولچی و ربیعی مندجین، ۱۳۹۹).

ادبیات و چارچوب نظری پژوهش

زندگی (جان، مال و آبروی) بشر همواره و در طول تاریخ با زبان های گوناگونی تهدید شده است که دست کم بخشی مهم از آن ها غیرقابل پیش بینی و گریز ناپذیر بوده است. فکر جبران و پیش بینی این زبان ها از دیر باز ذهن بشر را به خود مشغول کرده و سبب شده است که از طریق ارائه ی راهکارهای مناسب اخلاقی، دینی، اجتماعی و حقوقی، سیاسی، اقتصادی و رفاهی و زیست محیطی گوناگون، به جبران آسیب ها و پیامدهای منفی ناشی از ناپاسخگویی، عدم مسئولیت پذیری و شانه خالی

کردن از مسئولیت پذیری در سطوح مختلف اجتماعی پرداخته، و برای پیشگیری و مبارزه با رواج این گونه بی مسئولیتی ها، اقدامات لازم را به عمل آورند. یکی از راه های افزایش این ارزش های اجتماعی فرهنگی، ارتقای سطح «مسئولیت اجتماعی» در متناسب با ارزش های فرهنگی اجتماعی بومی کشور ما ایران می باشد.

۱- نظریه ی کلاسیک

نظریه کلاسیک مسئولیت اجتماعی ریشه در نظریه های کلاسیک اقتصادی دارد. بر اساس این مفهوم، شرکت فقط و فقط یک هدف دارد و آن عبارت است از به حداکثر رساندن سود، و به تبع آن حداکثر سازی ثروت سهامداران است. البته این موضوع تا جایی پذیرفته و قابل حمایت است که چارچوبی اخلاقی و حقوقی در حرکت برای تحقق این هدف رعایت کند. میلتون فریدمن^{۱۱} نظریه کلاسیک مفهوم مسئولیت های اجتماعی شرکت ها را در سال ۱۹۶۲ ارائه کرده است و معتقد است نباید هیچ محدودیتی برای سازمان ایجاد شود. به اعتقاد طرفداران این نظریه، دست مرئی بازار، بنگاه را وادار می کند تا کالا یا خدمتی را عرضه کند که جامعه نیازمند آن است. فریدمن معتقد است که مسئولیت اجتماعی کسب و کار، افزایش مداوم سود است. به عبارت دیگر تا زمانی که به شکل قانونی برای سهامداران شرکت های اقتصادی مسئولیت محدود وجود داشته باشد، شرکت هیچ گاه به طور کامل مسئولیت اجتماعی خود را نخواهند پذیرفت. در واقع فریدمن، مسئولیت اصلی سازمان ها و بنگاه های اقتصادی را «مسئولیت اقتصادی» می داند و مسئولیت های دیگر از جمله مسئولیت های بشردوستانه را در زمره مسئولیت های بنگاه نمی داند (صالحی، عمران، ۱۳۹۱).

۲- نظریه ی مسئولیت پذیری

به طور خلاصه طرفداران این نظریه معتقدند زندگی سازمان وابسته به حیات جامعه است و سازمان، دروندادهای خود را به درون جامعه وارد می کند. بنابراین مسئولیت های اجتماعی سازمان ها، همه جانبه و فراگیر است و آنها باید در حل مشکلات اجتماعی، با جامعه همکاری داشته باشند (صالحی، عمران، ۱۳۹۱). بر اساس این دیدگاه، مدیران می باید نسبت به گروه های خاصی که روی سازمان تاثیر می گذارند یا می توانند روی منافع و اهداف سازمان موثر باشند، احساس مسئولیت نمایند. به عبارت دیگر، یک بنگاه اقتصادی، نه تنها بایستی نسبت به سهامدارانش و سرمایه داران خود احساس مسئولیت کند، بلکه بایستی با همان نسبت به گروه هایی که در موفقیت آن سهیم هستند، احساس مسئولیت نماید. این گروه ها عبارتند از: صاحبان سهام، مشتریان، سازمان های دولتی، اتحادیه های کارگری، کارکنان، عرضه کنندگان مواد اولیه، اعتبار دهندگان و غیره (همان).

۳- نظریه یا دیدگاه عمومی

این دیدگاه، دامنه ی گسترده تری از دیدگاه مسئولیت پذیری دارد. دیدگاه عمومی، بنگاه های اقتصادی را به عنوان شرکاء دولت و سایر موسسات و نهادهای جامعه تعریف کرده، و معتقد است که سازمان ملزم است تا در جهت حل مسائل و مشکلات جامعه و نیز بهبود کیفیت زندگی عموم افراد در کنار سایر موسسات عمومی فعالیت کند. در نتیجه سودآوری، تنها یکی از

¹¹ . Milton Friedman

اهداف بنگاه اقتصادی محسوب می گردد. از این رو، سازمان آزاد نیست که تنها هدف های فردی خود را در اولویت قرار دهد. با توجه به این دیدگاه، سازمان متعهد است به همان اندازه ای که هدف های شخصی خود را دنبال می کند، هدف های بشردوستانه را نیز پیگیری نماید. بر این اساس، سازمان به طور جدی تلاش می کند که مشکلات عمومی مثل فقر، بیکاری، آلودگی محیط زیست، تورم و... را نیز ریشه کن نماید (همان: ص ۱۱۷).

۴- نظریه مشروعیت

این دیدگاه به شرکت ها، سازمان، و نهادهایی اشاره دارد که چه بسا در تلاش برای مشروعیت بخشی به روند قانونمندی فعالیت های خود، از طریق انتشار گزارش های مسئولیت اجتماعی و به منظور کسب موافقت و کمک جامعه در حمایت از ادامه حضور خود هستند و در ادامه مسئولیت اجتماعی برای آنها به عنوان «جواز کار» به شمار می آید.

در این نظریه، نهادها و سازمان ها می توانند به منظور کسب مشروعیت خود، بر چهار راهبرد تاکید کنند:

۱-۴-۵- اطلاع رسانی به مقامات مسئول در خصوص عملکرد سازمان/ شرکت،

۲-۴-۵- تغییر برداشت های صاحبان منافع بدون تغییر رفتار عملی در نهاد،

۳-۴-۵- معطوف داشتن نگاه ها از هر موضوع چالش برانگیز،

۴-۴-۵- تغییر توقعات خارج از مجموعه در خصوص عملکرد.

۵- نظریه صاحبان منافع

برای نخستین بار، فریمن اصطلاح صاحبان منافع (منفعت) را رواج بخشید. این اصطلاح به بسیاری از گروه ها با تلاش هایی اختصاصی، اشاره دارد که می توانند بر نهاد اثر بگذارند یا تحت تاثیر فعالیت ها یا تصمیمات نهادها (مانند سرمایه گذاران، کاربران، مشتری ها)، دولت، گروه های فشار و جامعه است. بسیاری از مطالعات جدید، مسئولیت اجتماعی نهادها را به نظر صاحبان منافع ارجاع می دهند و بر این نکته تاکید می کنند که هدف اصلی نهادها در تولید و بزرگداشت ارزش ها، برای جمع آوری صاحبان منافع (اعم از دارندگان سهام یا شرکا، وارد کنندگان، توزیع کنندگان، مشتری ها و همچنین کارگران و خانواده های آنها، محیط پیرامون جامعه ی داخلی و جامعه) است که با عنوان یک مجموعه ی کامل جلوه گر می شوند. از نگاه طرفداران این دیدگاه، مسئولیت اجتماعی نهادها به عنوان ابزاری اصلی برای دستیابی به این هدف از طریق تحقق امنیت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی جامعه به شمار می آید (محمد و مصطفی، ۲۰۱۲: ۵).

۶- نظریه حمایت از حقوق زیاندیده استارک

بر اساس این نظریه، هر کسی در جامعه حق دارد با آسایش و امنیت^{۱۲} زندگی کند و نسبت به زندگی، امنیت و سلامتِ تمامیت جسمی خود و نزدیکان خویش، حق داشته^{۱۳} و می تواند از منافع اموال و دارایی خویش منتفع شده، و از مزایای آن بهره مند گردد.

این نظریه را حقوقدان مشهور فرانسوی « بوریس استارک^{۱۴} » ارائه کرده است. ایشان برخلاف واضعان و طرفداران نظریه ی تقصیر و خطر، به جای توجه و ارزیابی کارِ فاعل زیان، به منافع از دست رفته شخص زیان دیده، و حقوق تضییع شده ی او، توجه داشته، و همت خویش را در تضمین^{۱۵} حقوق زیان دیده مصروف داشته است. استارک رسالتِ قوانین و مقررات را در این دانسته است که قوانین و مقررات باید از این گونه حقوق شهروندان جامعه، حمایت کرده و برای متجاوزان به آن ها ضمانتِ جبران مناسبی قرار بدهد. این ضمانت در هر حال جبران زیان هایی است که فاعل زیان، وارد می کند.

۷- مسئولیت اجتماعی در متون دینی، مذهبی و فرهنگی

۷-۱- کُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ^{۱۶}

در شرح و تبیین تعالیم سیاسی اخلاقی حضرت علی (ع) در عهدنامه مالک اشتر، به تحلیل مسئولیت های حکومت در قبال گروه های مختلف مردم و رابطه قوای حکومتی و نحوه ی تنظیم ارتباط مردم و حکومت پرداخته شده و تأکیدات حضرت علی در استیفای حقوق مردم به عنوان فلسفه سیاسی آن حضرت تبیین گردیده است. در این عهدنامه قواعد و مسائل مالی حکومت، وظیفه نیروی انتظامی و نظامی و مفاهیم عدالت، مسئولیت، مدیریت اسلامی، فلسفه مجازات ها و رابطه فرهنگ و حکومت منعکس شده است. شارح به شرح این موضوعات پرداخته، و فلسفه ی سیاسی و فلسفه ی اخلاق حضرت علی (ع) را با دیگر مکاتب فلسفی مقایسه کرده، و به بیان برتری و امتیازات نگرش آن حضرت پرداخته است^{۱۷}.

۷-۲- ممنوع بودن اضرار به غیر و تاکید بر زندگی بی ضرر

به یقین یکی از برنامه های حقوقی دین مبین اسلام در تنظیم روابط اجتماعی انسان ها، ممنوع کردن اضرار^{۱۸} به غیر (دیگران) و تاکید بر زندگی بی ضرر است. در قرآن و سنت به این قاعده ی اصلی و تکلیف انسان ها نسبت به آن، بسیار تاکید شده و

¹² . Droitala

¹³ . حسین عامر ، المسئولیه المدنيه والعقدیه، ش ۱۹۳، ص ۱۷۱ .

¹⁴ . Boris starck

¹⁵ . Garantie

¹ . شناسه حدیث : ۲۹۲۹۹۲ نشانی : إرشاد القلوب ، جلد ۱ ، صفحه ۱۸۴ عنوان باب : الجزء الأول الباب الحادی و الخمسون فی أخبار عن النبی صلی الله علیه و آله و الأئمة الأطهار قائل: پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) و قَالَ عَلَيْهِ السَّلَامُ: كُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَ الْأَمِيرُ الَّذِي عَلَى النَّاسِ رَاعٍ وَ هُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَ الرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَ هُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَ الْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى أَهْلِ بَيْتِ بَعْلِهَا وَ وَلَدِهِ وَ هِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ وَ الْعَبْدُ رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَ هُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُ أَلَا فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ.

^{۱۷} . توفیق فکیکی محامی (۱۳۸۴)، شرح و تبیین تعالیم سیاسی اخلاقی حضرت علی (ع) در عهدنامه مالک اشتر، مترجم: سیدایاد حسینی، ناشر: دارالغدیر، چاپ اول، سال چاپ ۱۳۸۴.

^{۱۸} . لایضار کاتب و لاشهید (آیه ی ۲۸۲ سوره بقره)، لاتضار والده بولدها و لامولود له بولده (آیه ی ۲۲۳ سوره ی بقره)، لاضرر ولاصرار فی الاسلام و....

اضرار به خود، دیگران، و تخریب و هدم (نابودی) محیط زیست و تجاوز از معیار و ضابطه (مطلق معیارها اعم از تکوینی و قرار دادی) ممنوع شده است.^{۱۹}

۷-۳- بند ۲۱ اقدام ملی از راهبرد ۱۲ نقشه مهندسی فرهنگی کشور

بند ۲۱ اقدام ملی از راهبرد ۱۲ نقشه مهندسی فرهنگی کشور، عبارت است :

«ماده ۲۱. طراحی و استقرار نظام ارزیابی عملکرد مسئولیت های فرهنگی و اجتماعی دستگاه های اجرایی و ارتقای جایگاه سازمانی آنها».

مقرر است این پژوهش مستند به بند ۲۱ اقدام ملی از راهبرد ۱۲ نقشه مهندسی فرهنگی، ذیل نظارت «میز تخصصی مسئولیت اجتماعی» ستاد فرهنگی اجتماعی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، انجام گردیده و از نتایج و یافته های آن، در ارائه راهکارهایی برای تدوین بسته سیاستی مرتبط با «مسئولیت اجتماعی ساختارهای عمومی نیمه دولتی/شهرداری های کشور»، تدوین گردد که پس از پایان پژوهش و تبیین و تدوین شاخص های نظارت و ارزیابی عملکرد سازمان های عمومی نیمه دولتی، به کارفرما تقدیم خواهد گردید.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق این پژوهش عبارت از انجام مطالعات کتابخانه ای و استفاده از نتایج پژوهش های صورت گرفته و تحلیل این نتایج، بوده است، که نتایج حاصل از آن در بخش نتایج پژوهش آمده است.

نتیجه گیری پژوهش

پس از بررسی معانی و مفاهیم «مسئولیت اجتماعی» در مراجع و مستندات علمی معتبر، و مطالعه و بررسی تعریف، ابعاد و مولفه های آن از دیدگاه مهمترین صاحب نظران این حوزه، و همچنین بررسی رابطه ابعاد و عوامل مختلف موثر بر افزایش یا کاهش اجرای مسئولیت های اجتماعی سازمان ها، نهادها و شرکت های دولتی و غیر دولتی و عمومی نیمه دولتی و رابطه معناداری آنها با رضایت کارکنان، ذی نفعان، مخاطبان، مشتری ها، محیط زیست، حمایت اقتصادی و رفاه ذی نفعان و جامعه، رعایت قانون و قانونپذیری، رعایت اخلاق انسانی، رعایت احترام و کرامت انسانی، عملکرد مثبت سازمان ها، نهادها و شرکت های مذکور در حوزه های غیر الزام آور و غیره، نتایج زیر در سه حوزه مهم شامل ابعاد، اولویت های مسئولیت اجتماعی و عوامل تاثیر گذار بدست آمد.

الف- ابعاد مسئولیت اجتماعی

بر اساس نتایج پژوهش های مورد مطالعه قرار گرفته، مهمترین ابعاد مسئولیت اجتماعی عبارت از؛

۱- **مسئولیت اقتصادی**: از مسئولیت های اصلی سازمان ها و شرکت ها بوده، و به اعتقاد برخی از پژوهشگران منظور مسئولیت اقتصادی شرکت سودآوری است. به اعتقاد برخی دیگر علاوه بر سودآوری، مسئولیت اقتصادی سازمان حمایت از کارکنان، ذی نفعان، رضایت مشتری ها و در نهایت حمایت از جامعه را نیز در بر می گیرد. در این زمینه اخیر هرچه فعالیت مثبت سازمان افزایش یافته اعتبار سازمان و سودآوری آن نیز افزایش یافته است (کی هون لی، ۲۰۰۷: ۶۷، به نقل از علمی مهر و رأفتی: ۱۳۹۸).

۲- مسئولیت های قانونی؛

^{۱۹} . آلا تظنوا فی المیزان، آیه ۸ از سوره الرحمن.

اشاره به این دارد که سازمان باید در چارچوب قوانین و مقررات جامع، مسئولیت اقتصادی خود را به انجام برساند. براساس مدل هرمی کارول مسئولیت های قانونی، پایه محسوب شده، و سایر مسئولیت ها بر مسئولیت اقتصادی دلالت دارند. به اعتقاد برخی دیگر از صاحب نظران و پژوهشگران این تحقیق، سازمان علاوه بر رعایت شرح وظایف قانونی خود که ملزم به رعایت آن است وظایف غیر الزام آور اخلاقی هم دارد که می تواند به حمایت از اعضای جامعه یا کارکنان نیازمند به حمایت خود و یا ذی نفعان در صورت نیاز و توانایی سازمان، به حمایت از آنها پردازد و این مغایر با وظایف و تعهدات قانونی سازمان تلقی نمی گردد.

۳- مسئولیت اخلاقی؛

باعث می شود که سازمان ها یا شرکت ها، علاوه بر رعایت مسئولیت های قانونی و الزام آور در جریان فعالیت های خود رعایت ارزش ها و هنجارهای انسانی، اخلاقی، رعایت کرامت و احترام به شأن انسان ها و در کل جامعه ی کلان، عدم تخریب محیط زیست، و امثالهم را نیزرا مدنظر قرار داده و به آنها احترام بگذارد. نتایج پژوهش مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته هم بر این نتیجه تاکید داشته اند. مثلاً هر چه رعایت این گونه ارزش ها توسط ساختارهای مورد نظر بیشتر بوده است کارایی و برونداد مثبت کارکنان، ذی نفع ها و جامعه افزایش یافته است.

۴- مسئولیت بشر دوستانه / انسان دوستانه؛

به فعالیت های داوطلبانه شرکت و سازمان (در ارتباط با کارکنان، سهامداران، ذی نفعان، و در به طور کلی نسبت به افراد و شهروندان جامعه ی کلان) اشاره می کند. نتایج برخی از پژوهش صورت گرفته نشان داده است که هرچه سازمان و یا شرکت به فعالیت های بشر دوستانه یا انسان دوستانه ی بیشتری پرداخته است اعتبار آن افزایش یافته و در نتیجه از طریق جذب مشتری بیشتر بخاطر افزایش اعتبار، سود بیشتری راکسب کرده است (همان).

۵- مسئولیت زیست محیطی؛

یکی از ابعاد مهم مسئولیت اجتماعی سازمان ها و شرکت ها «مسئولیت زیست محیطی» است؛ بدین مفهوم که سازمان ها و شرکت ها در حین فعالیت خود و کارکنان شان علاوه بر این که نسبت به جلوگیری از آلودگی و صدمه زدن به محیط زیست باید پرهیز کنند، باید در توسعه محیط زیست محل استقرار و جامعه ی کلان مشارکت فعال داشته باشند. نتایج حاصل از برخی از تحقیقات نشان داده است هرچه سازمان یا شرکت در این زمینه فعالتر بوده است از اعتبار بیشتری برخوردار گشته و رضایتمندی بیشتری را از طرف ذی نفعان و جامعه بدست آورده است.

۶- ابعاد تعهد مسئولیت اجتماعی به ذی نفعان شامل؛ مشتریان و بازار، کارکنان، محیط زیست، پابندی به قوانین و مقررات و در نهایت تعهد به جامعه (ی کلان)، که با افزایش مسئولیت پذیری سازمان نسبت به این مولفه ها رضایتمندی جامعه، کارکنان و ذی نفعان و افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان حاصل شده است (بداغی، اسلامبولچی و ربیعی مندجین، ۱۳۹۹).

ب- اولویت های ابعاد مسئولیت اجتماعی

بر اساس نتایج پژوهش های صورت گرفته مهمترین ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان ها و شرکت ها را بر اساس نتایج پژوهش صورت گرفته می توان به این شرح نام برد؛

۱- هدف های اجتماعی نسبت به هدف های اقتصادی و زیست محیطی، اهمیت بیشتری در سیاست های مسئولیت اجتماعی دارند.

۲- برای ایجاد خلاقیت، اهداف اجتماعی دارای اهمیت بیشتری نسبت به اهداف اقتصادی و زیست محیطی هستند.

۳- مهمترین اولویت در مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان ها و شرکت ها (به عنوان مثال تامین اجتماعی افزایش با ضریب اطمینان ۹۵ درصد)، به ترتیب عبارت از بُعدهای اقتصادی (رفاه)، تعهد کاری، اخلاق گرایی، قانونگرایی و قانون پذیری، فعالیت های نوع دوستانه، عدالت درمانی، عدالت اجتماعی و صداقت، بوده است (بدای، اسلامبولچی و ربیعی مندجین، ۱۳۹۹)

۴- برای اطلاع از اجرای ابعاد مسئولیت اجتماعی و ارزیابی اجرای آن ها، ضرورت دارد سازمان ها و شرکت ها (همانند سازمان تامین اجتماعی) مدل مطلوب ارزیابی را تبیین و تدوین نموده و اجرای ابعاد مسئولیت اجتماعی را در مقام عمل مورد سنجش قرار دهد (همان).

ج- عوامل موثر بر افزایش مسئولیت اجتماعی در سازمان ها و شرکت ها

- ۱- دریک تحلیل جامع مشخص گردید که میان عملکرد اجتماعی سازمان ها و شرکت ها با عملکرد مالی آن رابطه معنادار و مثبت وجود دارد.
- ۲- مسئولیت پذیری اجتماعی سبب کسب شهرت، اعتبار و نهایتاً سبب ارتقای شاخص های مالی میگردد (کی هون لی، ۲۰۰۷: ۶۷، به نقل از علمی مهر و رأفتی: ۱۳۹۸).
- ۳- میان مسئولیت پذیری اجتماعی و نگرش سازمان نوعی ارتباط معنادار وجود دارد.
- ۴- نتایج برخی از پژوهش ها نشان داد که تنها سازمان هایی که دستیابی به استانداردهای اخلاقی مسئولیت پذیری اجتماعی را جزو اهداف خود قرار می دهند، نسبت به مسئولیت پذیری اجتماعی، نگرش مطلوبی دارند (اوبیوس والاس، ۲۰۰۹: ۹۱).
- ۵- میان ابعاد و مولفه های اخلاق و مسئولیت های اجتماعی، رابطه معنادار وجود دارد.
- ۶- هرچه رعایت ارزش های اخلاقی در سازمان کاهش یابد، مسئولیت های اجتماعی نیز در سازمان رو به کاهش و قهقرا می رود (امیری و وزیری، ۱۳۹۹).
- ۷- هرچه مسئولیت اجتماعی در سازمان ها و شرکت افزایش یافته، ناکارآمدی سرکایه گذاری رو به کاهش می گذارد و در عوض کارایی سرمایه گذاری افزایش می یابد.
- ۸- مسئولیت پذیری اجتماعی با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیریت و سرمایه گذاران و برطرف کردن مشکلات نمایندگی، به افزایش کارایی سرمایه گذاری منجر گردیده است.
- ۹- میان افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی و افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان ها، رابطه معنادار مثبت وجود دارد (شهبازی و سلمانی، ۱۳۹۷).
- ۱۰- بین سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان ها و شرکت ها، رابطه معنادار وجود دارد.
- ۱۱- میان مسئولیت اجتماعی و عناصر ساختاری، شناختی و رابطه سرمایه اجتماعی، رابطه علی معنادار و مثبت وجود دارد (طالقانی، نرگسیان و گودرزی، ۱۳۹۰).
- ۱۲- در سازمان ها و شرکت های عمومی نیمه دولتی (همچون شهرداری کلانشهر کرج) هرچه مسئولیت پذیری در شهرداری در سطوح مختلف مدیریت شهری و ساختار شهرداری نسبت به جامعه، محیط زیست، کارکنان، مشتری افزایش یابد، رضایتمندی بیشتر کارکنان شهرداری رادری داشته است (ایزدپناه و نعیمی، ۱۳۹۹).
- ۱۳- میزان قدرت نفوذ، میزان وابستگی، و تحقق مسئولیت های اجتماعی یک سازمان یا شرکت در گرو تاکید آن سازمان بر اهمیت مسئولیت اجتماعی خود نسبت به جامعه (ی کلان)، افزایش پیدا می کند.
- ۱۴- بر اساس نتایج برخی از پژوهش های صورت گرفته در سازمان ها و شرکت ها، هر چه سازمان ها و شرکت ها نسبت به کارکنان خود مسئولیت پذیری اجتماعی بیشتری از خود بروز داده اند افزایش و بهبود کیفیت کارکنان سازمان و شرکت متبوع را در پی داشته اند (کرمانی والوداری، ۱۴۰۱).

نتیجه گیری کلی؛

براین اساس و با توجه به نتایج این پژوهش و به طور کلی می توان مفهوم «مسئولیت اجتماعی» را به این صورت تعریف کرد:

«مسئولیت اجتماعی» عبارت است از: «احساس و ارتقای مسئولیت های انسانی، حقوقی و قانونی، اخلاقی، معنوی و دینی، زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و رفاهینسبت به افراد و شهروندان، کارکنان سازمان تحت امر، مخاطبان، تولید کنندگان، مصرف کنندگان محصولات و کالاهای تولیدی، توزیع کنندگان و دینفعان، گروه ها، جمعیت های مخاطب و تحت تاثیر فعالیت ها و سیاستگذاری های یک شخص حقیقی و حقوقی، سازمان ها، نهادها و دستگاه های دولتی، سازمان های عمومی نیمه دولتی (شهرداری ها)، سازمان های بخش تعاون و بخش غیردولتی (بخش خصوصی) و مسئولیت پذیری روسای عالی دستگاه های دولتی، غیر دولتی، عمومی دولتی و نیمه دولتی، مدیران و مسئولان آن ها، و جبران آثار و پیامدهای سوء احتمالی ناشی از عدم توجه، سوء فعالیت ها، سوء مدیریت ها و سوء کارکردها و ... بر افراد، خانواده ها، جمعیت ها، گروه های اجتماعی، مخاطبان، مصرف کنندگان، توزیع کنندگان، شهروندان و به طور کلی بر جامعه».

فهرست منابع

الف - منابع فارسی

- امیری، علی و وزیری، ماریا (۱۳۹۹)، «اخلاق و مسئولیت اجتماعی در سازمان (مطالعه موردی اداره راه آهن بندرعباس)» ، فصلنامه مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، جلد اول، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۹، صص ۵۱-۶۵.
- بداغی، داریوش، اسلامبولچی، و ربیعی مندجین، محمدرضا (۱۳۹۹)، «طراحی مدل مسئولیت اجتماعی و سنجش آن در سازمان تامین اجتماعی»، فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، شماره ۲، شماره پیاپی ۴۹، تابستان ۱۳۹۹.
- بنیاد توانمندسازی منابع انسانی ایران (۱۳۸۹)، «مسئولیت اجتماعی سازمان ها»، تهران، انتشارات جامعه شناسان، چاپ اول، ۱۳۸۹.
- بیابانی، غلامحسین، سلطانی فر و دیگران (۱۳۹۴)، « بررسی کارکرد نظریه مسئولیت اجتماعی و رسانه»، فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه سابق)، دوره ۹، شماره ۴، تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۶۰-۱۳۵.
- پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام (۱۳۸۹)، «مسئولیت اجتماعی سازمان ها (۲)»، تهران، پژوهش نامه پژوهشکده تحقیقات راهبردی، شماره ۶۰، چاپ اول، پاییز ۱۳۸۹.
- پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام (۱۳۸۹)، «مسئولیت اجتماعی سازمان ها (۳)»، تهران، پژوهش نامه پژوهشکده تحقیقات راهبردی، شماره ۶۱، چاپ اول، پاییز ۱۳۸۹.
- پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام (۱۳۸۹)، «مسئولیت اجتماعی سازمان ها (۴)»، تهران، پژوهش نامه پژوهشکده تحقیقات راهبردی، شماره ۶۲، چاپ اول، پاییز ۱۳۸۹.
- داودی، سیدمحمد رضا، احمری، محسن و غلامیان، الهام (۱۳۹۷)، « یکپارچه سازی سیستم های مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت ها (CSR) بر عملکرد اقتصادی (مطالعه موردی: پتروشیمی مارون ماهشهر)»، ماهنامه علمی بررسی های بازرگانی، شماره ۹۷، مهر و آبان ۱۳۹۸.
- حبیبی، آرش (۱۳۹۱)، « مسئولیت اجتماعی شرکت، سامانه شرکت پارس مدیریت، <https://parsmodir.com/dp/marketing/social:1402/03/20.php>
- حساس یگانه، یحیی وبرزگر، قدرت اله (۱۳۹۳)، « مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری»، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره ۲۲، پاییز ۱۳۹۳.
- ضیایی، سید یاسر و لطفی گماسبی، محسن (۱۴۰۰)، « مسئولیت اجتماعی شرکت های فراملی؛ فرصت ها و چالش ها»، مجله ی پژوهش های حقوقی، دوره ۲۰، شماره ۴۶، تابستان ۱۴۰۰.

- طالقانی، غلامرضا، نرگسیان، عباس و گودرزی، مصطفی (۱۳۹۰)، «بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی سازمان ها) مطالعه موردی: اداره کل مالیات غرب استان تهران»، «دوماهنامه علمی پژوهشی دانشور رفتار، مدیریت و پیشرفت دانشگاه شاهد، سال ۱۸، شماره ۱-۴۷، تیرماه ۱۳۹۰.
- طالبی، ابوتراب و خوشبین (۱۳۹۱)، «مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۹.
- قاسم زاده، سید مرتضی (۱۳۸۸)، «الزام ها و مسئولیت مدنی (بدون قرارداد)»، تهران، بنیاد حقوقی میزان، چاپ هشتم ۱۳۸۸.
- قوام دوست، جعفر و رضانی، محمدعلی (۱۳۹۹)، «مطالعه علل عدم اجرای مصوبات شورای اسلامی شهر تهران) در حوزه مسئولیت اجتماعی» تهران، فصلنامه علمی پژوهشی دانش شهر مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران، شماره ۶۷۱، پاییز ۱۴۰۰.
- قوام دوست، جعفر و طهماسبی، هامون (۱۴۰۱)، «نظام نامه مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR) شهرداری تهران»، تهران، فصلنامه علمی پژوهشی دانش شهر مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران، شماره ۷۲۶، پاییز ۱۴۰۱.
- کرمانی، احمد و الوداری، حسن (۱۴۰۱)، «بررسی تاثیرات مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت»، فصلنامه پژوهش های علوم مدیریت، سال ۴، شماره ۱۳، زمستان ۱۴۰۱.
- شافعی، رضا واحمدی، کیومرث (۱۳۹۲)، «مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی (مفاهیم، نظریه ها، الگوها و کاربردها»، تهران، انتشارات سازمان سمت، چاپ اول، ۱۳۹۲.
- شهسواری، معصومه و سلمانی، رسول (۱۳۹۶)، «بررسی پیامدهای اقتصادی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها) با تاکید بر کارایی سرمایه گذاری»، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال ۸، شماره ۲۷، پاییز ۱۳۹۷.
- ایزدپناه، ابراهیم و نعیمی، اعظم (۱۳۹۹)، «بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان (مورد مطالعه: شهرداری قزوین)»، نشریه علمی مطالعات جامع مدیریت شهری، سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۹، صص ۱-۱۴.
- علمی مهر، فرشید و رأفتی، محمد (۱۳۹۸)، «بررسی میزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر اساس مدل کارول و ارائه ی راهکارهای لازم جهت ارتقاء آن در شرکت توزیع برق مشهد، بیست و چهارمین کنفرانس بین المللی شبکه های توزیع برق، خرم اباد، ۲۹ و ۳۰ خرداد ۱۳۹۸.
- مهنایی، اکرم (۱۳۹۷)، «بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و وفاداری مشتریان بانقش استانداردهای اخلاقی، رضایت و اعتماد مشتریان (مطالعه موردی: مشتریان بانک های خصوصی شهرستان بجنورد)»، مجله علمی تخصصی چشم انداز حسابداری و مدیریت، سال اول، شماره ۲، پاییز ۱۳۹۷ (جلد اول)، صص ۳۱-۳۸.
- مفیدیان، شراره (۱۴۰۱)، «انطباق نظام نامه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت ایران، مصوب ۱۳۹۸ با فقه و نظام مرسوم شرکت های فراملی»، فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، سال ۹، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱.
- هاشمی، جعفر (۱۴۰۰)، «نظریه های مسئولیت پذیری اجتماعی»، وبسایت روانشناسی هاشملو: <http://jafarhashemlou.blogfa.com/post/2335>

ب- منابع انگلیسی

- Berle, A. A., & Means, G. G. C. (1991). The modern corporation and private property. Transaction publishers.
- Bowen, H. R. (2013). Social responsibilities of the businessman. University of Iowa Press.
- Freeman, R.E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing.

Friedman, M. (1964). Comment on" Collusion in the Auction Market for Treasury Bills". Journal of Political Economy, 72(5), 513-514.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business horizons, 34(4), 39-48.

Social Responsibility of Organizations and Corporations in Iran

By: Ali Gholi Jowkar and Molouk Seyyedabadi

Abstract

According to the results of many researches, the most important reasons and reasons for the reduction of trust, social and cultural capital in Iran, and the occurrence of various damages and corruptions in the society, due to irresponsibility, and disregard for fulfilling; The committed and uncommitted and non-binding but humane and ethical roles of natural persons (individuals and citizens) and legal entities, including structures, officials, managers and officials of various institutions, organizations and institutions in the public, private and semi-public sectors. Government (such as municipalities and social security organization and other cases) has been in different social levels and dimensions, especially in the public sector. The results of the studies studied and analyzed in this research show that promoting social responsibility by: promoting human, legal and legal, moral responsibility, respecting spiritual and religious, environmental, social, cultural, political and economic values and providing benefits and satisfaction The employees of the organization under the command, beneficiaries and audience, consumers of products and manufactured goods, distributors, groups, audience populations and affected by the activities and policies of institutions, organizations, institutions and public semi-governmental companies (such as municipalities and Social Security Organization and the like) and managers of their different ranks have had a meaningful and positive relationship. This research was done with the library and documentation method with the aim of developing the factors and causes of reducing or improving social responsibility in organizations and companies, and it aimed to find out the most important causes and factors affecting the reduction or increase of social responsibility in the organization. public, private, cooperative and public and semi-governmental organizations and corporations.

Keywords:

Social responsibility, factors affecting social responsibility, organizations and corporations, stakeholders, society