



Shahid Sattari Aeronautical University
of Science and Technology

Journal of Innovation Management in
Defensive Organizations

ISSN: 2676-7112

Volume 5, Issue 18

Winter 2023

P.P.159-190

Strategies and Consequences of Corporate Social Responsibility with the Approach of Organizational Transparency

Saeid Esmacili¹, Mahdi Bagheri², Karamollah Daneshfard³

Abstract

Background & Purpose: Maintaining the legitimacy and survival of organizations requires accepting some kind of public and social role and duty. Increasing globalization and the emergence of knowledge-based economies have transformed the meaning of corporate social responsibility through changing the basic philosophy of society and business. Hence, in this research, the model of strategies and consequences of corporate social responsibility with the approach of organizational transparency in Tehran Social Security Organization is presented.

Methodology: This research is developmental-applied in terms of its purpose and is in the category of mixed (combined) research. In the qualitative phase, the theme analysis method was used to create a research model. For this purpose, a semi-structured interview was conducted with 27 academic and executive experts who were purposefully selected. In the quantitative part, 167 questionnaires were distributed among managers and experts of Tehran Social Security Organization. The data of the quantitative section were also analyzed by confirmatory factor analysis and SmartPLS software.

Findings: Based on the data analysis, five strategies for the social responsibility model with the organizational transparency approach including managerial, financial, structural, technology and human resource management strategies were identified and confirmed. Also, the calculated coefficient of determination was 0.692 for strategies and 0.716 for outcomes variable.

Conclusion: The use of transparency approach can create many strategies and consequences and while improving the organizational performance, it can improve the image and credibility of the social security organization in the society and beneficiaries image and credibility of the social security organization among the society and the beneficiaries.

Keywords: *Corporate social Responsibility, Organizational Transparency, Social Security Organization, Theme Analysis.*

Citation: Esmacili, Saeid; Bagheri, Mahdi and Daneshfard, Karamollah.(2023). Strategies and Consequences of Corporate Social Responsibility with the Approach of Organizational Transparency. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, 5(18), 159-190.

-
1. PhD Student, Department of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Research and Sciences Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. **E-mail:** Saeidesmaeilii.ir@gmail.com
 2. Associate Professor Department of Public Administration, School of Management and Economics, Islamic Azad University, BandarAbas, Iran. **Email:** Mbagheri.sbu@gmail.com
 3. Professor Department of Public Administration, School of Management and Economics, Research and Sciences Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. **E-mail:** Daneshfard@srbiau.ac.ir

Received: 26/06/2022

Article Type: Research-based

Accepted: 06/11/2022

DOI:10.22034/QJIMDO.2023.406616.1607

Corresponding Author: Mahdi Bagheri



دانشکده مدیریت

فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی
شاپای انتشار: ۷۱۱۲-۲۶۷۶
دوره ۵، شماره ۱۸
زمستان ۱۴۰۱
صص ۱۵۹-۱۹۰

راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی

سعید اسماعیلی^۱، مهدی باقری^۲، کرم‌الله دانشفرد^۳

چکیده

زمینه و هدف: حفظ مشروعیت و بقای سازمان‌ها مستلزم پذیرش نوعی نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی است. جهانی شدن فزاینده و ظهور اقتصادهای مبتنی بر دانش، معنای مسئولیت اجتماعی شرکتی را از طریق تغییر فلسفه اساسی جامعه و کسب و کار متحول نموده است. بر این اساس، در پژوهش حاضر به ارائه الگوی راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی تهران پرداخته می‌شود.

روش‌شناسی: این پژوهش از جهت هدف، توسعه‌ای-کاربردی و در دسته پژوهش‌های آمیخته (ترکیبی) قرار دارد. در مرحله کیفی از روش تحلیل تم برای ایجاد الگوی پژوهش استفاده شد. بدین منظور با تعداد ۲۷ نفر از خبرگان دانشگاهی و اجرایی که به صورت هدفمند انتخاب شده بودند، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به عمل آمد. در بخش کمی تعداد ۱۶۷ پرسشنامه بین مدیران و خبرگان سازمان تامین اجتماعی تهران توزیع شد. داده‌های بخش کمی نیز با روش تحلیل عاملی تاییدی و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس تحلیل شدند.

یافته‌ها: بر اساس تحلیل داده‌ها، پنج راهبرد برای مدل مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی شامل راهبردهای مدیریتی، مالی، ساختاری، تکنولوژی و مدیریت منابع انسانی شناسایی و تایید شدند. همچنین، مقدار ضریب تعیین محاسبه شده برای راهبردها ۰/۶۹۲ و برای متغیر پیامدها ۰/۷۱۶ بود.

نتیجه‌گیری: استفاده از رویکرد شفافیت می‌تواند راهبردها و پیامدهای متعددی را ایجاد کرده و ضمن ارتقای عملکرد سازمانی، وجهه و اعتبار سازمان تامین اجتماعی را در جامعه و ذینفعان ارتقاء دهد.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت اجتماعی شرکتی، شفافیت سازمانی، سازمان تامین اجتماعی، تحلیل تم.

استناد: اسماعیلی، سعید؛ باقری، مهدی و دانشفرد، کرم‌الله (۱۴۰۱). راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۵ (۱۸)، ۱۵۹-۱۹۰.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. **رایانامه:**

Saeedesmaeli.ir@gmail.com

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران. **رایانامه:**

Mbagheri.sbu@gmail.com

۳. استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. **رایانامه:**

Daneshfard@srbiau.ac.ir

مقدمه

امروزه، سازمان‌ها به منظور حفظ مشروعیت و بقای خود باید بپذیرند که از نوعی نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز برخوردارند. این نقش اجتماعی از این اصل پذیرفته شده نشأت می‌گیرد که هر فردی در قبال رفتار خود مسئول و پاسخگو است و سازمان‌ها نیز از این مقوله مستثنی نیستند (مدهوشی و نوروزی، ۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی سازمان^۱، موضوع بسیار مهمی است که شرکت‌های بزرگی مثل جنرال الکتریک، آی‌بی‌ام، گوگل، جانسون و جانسون، اینتل، نستله و وال مارت آن را به عنوان یک راهبرد برای ایجاد ارزش مشترک بین جامعه و کسب و کار خود اتخاذ کرده‌اند (لوکمن^۲ و همکاران، ۲۰۱۵).

جهانی شدن فزاینده و ظهور اقتصادهای مبتنی بر دانش، معنای مسئولیت اجتماعی شرکتی را از طریق تغییر فلسفه اساسی جامعه و کسب و کار متحول نموده است. اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی، کسب و کارهای معاصر را به تفکر اجتماعی در کنار جنبه‌های اقتصادی سوق می‌دهد (شهزاد، بیگ، رحمان، سعید و اسیم^۳، ۲۰۲۲). از طرفی، کارول^۴ (۱۹۷۹) معتقد است که مسئولیت هر سازمان صرفاً برآوردن انتظارات اقتصادی نیست، بلکه مشارکت در فعالیت‌های بشردوستانه و اخلاقی نیز است؛ زیرا کسب و کارها بخشی از جامعه هستند. در دوران همه‌گیری بیماری کووید-۱۹، مردم، دولت، رهبران کسب و کار و سازمان‌های غیرانتفاعی گرد هم آمدند تا از افراد آسیب‌پذیر با نیازهای حیاتی در طول این دوره همه‌گیری حمایت کنند و این مساله اهمیت توجه به مسئولیت اجتماعی را دوچندان نمود (محمود، دینگ و حسن^۵، ۲۰۲۱). علی‌رغم افزایش علاقه علمی و مدیریتی از دهه ۱۹۵۰ به بحث مسئولیت اجتماعی شرکتی، هنوز این موضوع رو به رشد است؛ زیرا از نظر آکادمیک ناشناخته باقی مانده است. از آنجایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی به ایجاد جایگاه قوی‌تری در استراتژی‌های سازمانی ادامه می‌دهد، درک اجزای آن برای دانشگاه و صنعت مورد نیاز است (فاطمیا و الباماء^۶، ۲۰۲۳).

به موازات افزایش علاقه به مسئولیت اجتماعی شرکتی، شرکت‌های بزرگ آمریکایی و اروپایی میلیون‌ها دلار را صرف مشاوره پایداری می‌کنند (به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۶، به

¹. Corporate Social Responsibility (CSR)

². Lukman

³. Shahzad, Baig, Rehman, Saeed and Asim

⁴. Carroll

⁵. Mahmud, Ding and Hasan

⁶. Fatima and Elbanna

ترتیب ۳۴۴ و ۲۹۲ میلیون دلار). علاوه بر این، تقریباً ۸۹ درصد از شرکت‌های فرچون و ۷۴ درصد از ۱۰۰ شرکت بزرگ از نظر درآمد، گزارش‌های دقیق مسئولیت اجتماعی شرکتی را منتشر می‌کنند (کی‌ا‌پی‌جی^۱، ۲۰۱۷). مسئولیت اجتماعی شرکتی برای سرمایه‌گذاران نیز به همان اندازه مهم است؛ زیرا محققان اذعان دارند که نوعی مزیت رقابتی و منافع مالی ایجاد می‌کند. طبق نظرسنجی بنیاد انجمن سرمایه‌گذاری اجتماعی^۲ در ایالات متحده، سرمایه‌گذاران نهادی ۲۵۶ تریلیون دلار دارایی مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی را مدیریت می‌کنند (یوروسیف^۳، ۲۰۱۸). رشد مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان یک زمینه تحقیقاتی نوظهور و توجه بیشتر به ریشه کسب و کار قرن ۲۱ اذعان کرد که تجارت و جامعه به گونه‌ای در هم تنیده شده‌اند که از روابط حیاتی بین کارمند، مشتری، تامین‌کننده و جامعه فراتر می‌رود (مکلنن و بانکس^۴، ۲۰۱۹). ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی، سیگنال‌هایی هستند که توسط سازمان‌ها برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و قابل مشاهده کردن تعهد آنها نسبت به پایداری استفاده می‌شود (کنته، سردانلی، ولرو و سیانو^۵، ۲۰۲۳). از طرفی، امروزه تقاضای فزاینده برای اطلاعات واقعی و قابل اعتماد در سراسر جهان افزایش یافته و نحوه عملکرد و ارائه خدمات سازمان‌ها و همچنین نحوه مدیریت اطلاعات به موضوعی مهم برای جامعه (شهروندان، دولت و سازمان‌ها) تبدیل شده است (سالدانها، دیاز و گویلامون^۶، ۲۰۲۲). نتایج تجربی نشان می‌دهد که شرکت‌ها در بخش‌های بحث‌برانگیز فعالیت خود به طور قابل توجهی بر توسعه سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی و ابزارهای شفافیت متمرکز هستند؛ زیرا آنها انتظار دارند که این سیگنال‌ها واقعاً برای سهامداران قابل مشاهده و متمایز گردد (بنیتو^۷ و همکاران، ۲۰۲۱).

از طرفی، با گسترش مبانی دموکراسی و قائل شدن حقوق شهروندی، سازمان‌ها ملزم به فروریختن حصار پیرامونی خود شده‌اند تا امکان رؤیت همه فرآیندهای سازمانی (شفافیت سازمانی^۸) را برای همه ذینفعان فراهم کنند (دیپیم پور و دولتی، ۲۰۲۰). علی‌رغم بررسی گسترده شفافیت در کارهای علمی و عملی سازمانی، تاکنون شفافیت به ندرت مورد بررسی انتقادی قرار گرفته است. طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌ها همچنین این تصور را ایجاد می‌کند

¹. KMPG

². Socially Investment Forum

³. Eurosif

⁴. McLennan and Banks

⁵. Conte, Sardanelli, Vollero and Siano

⁶. Saldanha, Dias and Guillaumon

⁷. Benito and etal

⁸. Organizational transparency

که شفافیت مفهومی آشفته، پایدار و نادقیق است (آلبو و فلیوربوم^۱، ۲۰۱۶). در سطح سازمانی، شفافیت موثر از طریق تمایل یک شرکت برای انتقال مداوم اطلاعات شفاف به عموم افراد داخلی یا خارجی ایجاد می‌شود (کوندیلین و لیتونین^۲، ۲۰۱۵). در شرایط امروزی، سازمان‌ها خواه به دلیل فشارهای عمومی، اجتماعی و قانونی و خواه ناشی از علاقه خود سازمان به شفاف‌سازی میل بیشتری دارند (کریستنسن و کورنلیسن^۳، ۲۰۱۵).

شفافیت یک عنصر کلیدی در حکمرانی خوب است که فرصت بیشتری را برای شهروندان فراهم آورده تا بیش از گذشته بر حوزه‌های مختلف کنترل داشته باشند؛ این عمل ضمن کمک به کاهش فساد، رشوه و تخلفات دیگر، موجب گسترش دانش و پیشرفت اجتماعی می‌گردد (لواچارین و منیفیلد^۴، ۲۰۱۵). سازمان تأمین اجتماعی وظیفه دارد با کسب منابع مالی از طریق دریافت حق بیمه، تجمیع منابع و سرمایه‌گذاری، به ایجاد سود و ارزش‌افزوده اقدام کند و سپس از محل درآمدها و ذخایر، امنیت معیشتی و رفاهی بیمه‌شدگان و خانواده‌های آن‌ها در زمان بیماری، بیکاری و از کار افتادگی فراهم آورد؛ لذا این سازمان در خط مقدم حمایت از نیروی کاری است که چرخ‌های صنعت و اقتصاد کشور را به حرکت در می‌آورد. با توجه به اهمیت رسالت این سازمان و از سوی دیگر با مشاهده فسادهای مختلف در جامعه و سازمان‌ها، سازمان تأمین اجتماعی نیز از این قاعده مستثنی نیست. وجود فساد در این نهاد، می‌تواند خسارت‌های جبران‌ناپذیری را متوجه جامعه و کشور سازد (بایرام‌پور، محمدیان و حقیقی، ۲۰۲۱). کاهش فساد، ارتقای پاسخگویی و جلب اعتماد و رضایت عمومی به عنوان اهدافی برجسته و مهم برای هر سازمان محسوب می‌شود. شفافیت یکی از ابزارهای کلیدی و مجادله برانگیز در دستیابی به این اهداف است که با تکیه بر موضوع دسترسی آزاد به اطلاعات تحقق می‌یابد (نرگسیان و جمالی، ۲۰۱۹).

سازمان تأمین اجتماعی در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود گام‌هایی برداشته است؛ اما این گام‌ها فاقد پیوستگی و جامعیت هستند و بیشتر به شکل اقدامات پراکنده بوده و فاقد نظام‌مندی لازم هستند. این موضوع در حالی است که با توجه به اینکه سازمان تأمین اجتماعی در اقدامات اجتماعی خود اهداف اقتصادی را نیز دنبال می‌کند، لازم است که نگاه بلندمدت و پایدار بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی حاکم باشد (خوشکار و همکاران، ۲۰۲۲). یکی از ضرورت‌های سازمان تأمین اجتماعی در زمان حاضر، شناسایی راهبردها و

¹. Albu and Flyverbom

². Kundeliene and Leitoniene

³. Christensen and Cornelissen

⁴. Lowatcharin and Menifield

پیامدهای مختلف مسئولیت اجتماعی شرکتی در راستای شفافیت است که بتواند هم رضایت ذینفعان و اجتماع و هم اهداف سازمانی را محقق کند. همچنین، یکی از رویکردهایی که می‌تواند جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تامین اجتماعی را تقویت کند، شفافیت سازمانی است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۸). بهره‌گیری از رویکرد شفافیت سازمانی می‌تواند مکملی برای بحث مسئولیت اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی تلقی شود. این تحقیق از آنجایی که موضوع مسئولیت اجتماعی را از دیدگاه رویکرد شفافیت سازمانی می‌بیند، از نظر موضوعی نوآورانه است. انجام تحقیق حاضر در جهت پیشبرد اهداف علمی و همچنین بهبود روابط بین سهام‌داران، ذینفعان، بیمه‌گذاران و بازنشستگان، اجتماع و سایر افراد و نهادهایی که به نوعی با سازمان تامین اجتماعی ارتباط دارند می‌تواند اثربخش باشد. بر این اساس، در این پژوهش به این سؤال پرداخته می‌شود که الگوی راهبرد و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان تامین اجتماعی چگونه است؟.

پیشینه پژوهش

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی، موضوعی است که هم اکنون در کشورهای توسعه یافته و کشورهای با اقتصاد باز به شدت از سوی حکومت‌ها، شرکت‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنیا دنبال می‌گردد. با گذشت بیش از ۶۰ سال از ورود مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ادبیات مدیریت شرکت‌ها و کسب و کارها، هنوز این مفهوم در فضای کسب و کار ایران به ویژه جایگاه شایسته‌ای پیدا نکرده است. طرح و توسعه این مفهوم در شرایط فعلی می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات جامعه خصوصاً حوزه انگیزشی و بهره‌وری نیروی کار گردد (عباس و ساگسان^۱، ۲۰۱۹). توصیف مسئولیت اجتماعی شرکتی که خیلی به آن ارجاع داده شده است، به انجمن جهانی کسب و کار برای توسعه پایدار نسبت داده شده است و آن این است که مسئولیت اجتماعی شرکتی تعهد یک کسب و کار به کمک به توسعه اقتصادی پایدار، کار کردن با کارکنان و خانواده‌های آن‌ها، جمعیت محلی و جامعه در مقیاس بزرگ برای بهبود کیفیت زندگی است. بسیاری از مطالعات اخیر این دیدگاه که ذینفعان تمایل بیشتری برای اعتماد و همکاری با شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی بالا دارند را تأیید می‌کنند (لیو و همکاران^۲، ۲۰۲۱). مبنای محوری مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که کسب و کارها را به ایفای مسئولیت کامل در فعالیتهای اقتصادی و

^۱. Abbas and Sagsan

^۲. Liu and etal

غیراقتصادی خود در قبال ذی‌نفعان تشویق می‌کند. به عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تلاش برای دستیابی به فعالیت‌ها اقتصادی، زیست‌محیطی و فعالیت‌های اجتماعی آن هاست. درحالی‌که در همان زمان آن‌ها باید خواسته‌ها و انتظارات ذینفعان خود را نیز مد نظر قرار دهند و آن را تامین کنند (کیم و لی^۱، ۲۰۱۸). مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تمایل یک شرکت در مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی درباره پیامد فعالیت‌ها و تصمیماتش بر جامعه است. به طور کلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دنبال واردکردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است، به گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط سودمند باشند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۹).

از طرفی، شفافیت سازمانی فرآیندی است که نه تنها در دسترس بودن اطلاعات، بلکه مشارکت فعال در دستیابی، توزیع و ایجاد دانش را شامل می‌شود. شفافیت مستلزم پاسخگویی است و سازمان‌های شفاف پاسخگوی اعمال، گفتار و تصمیم‌های خود هستند؛ زیرا این اطلاعات جهت بررسی در دسترس دیگران قرار می‌گیرد (اوگه^۲، ۲۰۱۶). از دیدگاه لیسند و نورین^۳ (۲۰۰۷)، سازمان شفاف، سازمانی است که افراد و ذینفعان آن بتوانند به راحتی اطلاعات مورد نیازشان را کسب کرده و به منظور شکل دادن به نظرات‌شان و تصمیم‌گیری صحیح و به موقع در مورد اقدامات و فرآیندهای درون و بیرون سازمانی استفاده نمایند. در مبانی نظری و تئوری‌های مختلفی نیز اهمیت شفافیت سازمانی مورد تاکید بوده است، به ویژه در تئوری اصیل - وکیل، شفافیت به عنوان یکی از ابزارهای مهم اصیل برای کنترل وکیل اشاره شده است (پناهی، ۱۳۹۸).

همچنین، دو دیدگاه زیر در مورد شفافیت از دیدگاه دیز^۴ و همکاران (۲۰۱۷) وجود دارد؛ از منظر ابزاری، شفافیت به عنوان ابزاری برای دستیابی به هدف تصور می‌شود (شفافیت برای اعتبار بیشتر، شفافیت برای داشتن مسئولیت اجتماعی بیشتر و شفافیت برای پاسخگویی بیشتر). از طرفی دیدگاه هدف‌گرا، شفافیت خود هدف را تشکیل می‌دهد (استراتژی‌ها/سیاست‌ها/اقدامات باید شفاف باشد) (دیز و همکاران، ۲۰۱۷). از دیدگاه کردنائیچ و همکاران (۱۳۹۳)، ابعاد شفافیت سازمانی عبارتند از: مشارکت، اطلاعات اساسی، پاسخگویی و پنهان‌کاری (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۹۳). بالکین^۵ (۱۹۹۹) نیز، سه نوع شفافیت مرتبط با را

¹. Kim and Lee

². Öge

³. Lisned and Noorin

⁴. Diez

⁵. Balkein

شناسایی کرد که از نظر تحلیلی از هم متمایز هستند؛ اطلاعاتی، مشارکتی و پاسخگویی. بنابراین، شفافیت به عنوان داشتن این سه عنصر مهم تعریف می‌شود: اطلاعاتی درست، قابل توجه و مفید؛ مشارکت ذینفعان در شناسایی اطلاعات مورد نیاز آن‌ها؛ و گزارش عینی و متعادل از فعالیت‌ها و سیاست‌های سازمان که سازمان را مسئول می‌داند.

پیشینه پژوهش

جمع‌بندی مبانی نظری و تحقیقات پیشین نشان داد که تاکنون هیچ یک از تحقیقات داخلی و خارجی، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی را با رویکرد شفافیت سازمانی بررسی نکرده‌اند. در ادامه برخی از مهمترین پیشینه‌های پژوهشی ارائه شده است؛

لاریمی و همکاران (۱۳۹۶)، الگویی برای ارزیابی عملکرد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران بر اساس دیدگاه ذینفعان ارائه دادند. مگنان و فرل (۲۰۰۵)، تعریف عملیاتی جدیدی را برای ارزیابی مسئولیت اجتماعی ارائه دادند و به طور کلی بر چارچوب ذینفعان به جای جامعه تمرکز دارد (کاشف و همکاران، ۱۳۹۷). مسئولیت اجتماعی به عنوان تعهد اجتماعی شرکت‌ها محسوب می‌گردد که به معنی گسترش حقوق ذینفعان شرکت است. از این رو، ذینفعان مصمم به افشای ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی هستند. با توجه به ویژگی‌های قدرت، مشروعیت و ضرورت، سهامداران، مشتریان، کارمندان، دولت و عموم جامعه بر اساس نوع ذینفعان، مسئولیت اجتماعی از ۴ بعد مختلف قابل بررسی است. که عبارتند از: ۱) سهامداران؛ ۲) مشتریان؛ ۳) کارکنان و ۴) دولت و نهادهای عمومی (آلبو و فلاای و ربوم^۱، ۲۰۱۹).

دیهیم‌پور و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود پس از کدگذاری باز، محوری و انتخابی مصاحبه‌ها به نظریه‌ای داده بنیاد در حوزه شفافیت سازمانی در سازمان‌های دولتی و آموزشی رسیدند. مدل طراحی شده در این پژوهش شامل ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر، موانع و راهبردها، شرایط علی، زمینه‌ای، واسطه‌ای و عناصر تشکیل‌دهنده بود که پدیده محوری، پیامدها و راهبردها را نشان می‌دهد. سجاسی قیداری و همکاران (۲۰۱۹) به تحقیقی تحت عنوان سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستای (مورد مطالعه: دهستان‌های شهرستان‌های کاشمر و بردسکن و خلیل آباد) پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که بین اکثر شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های مورد مطالعه همبستگی زیادی وجود دارد. نتایج پژوهش عزیززی و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که

¹ Albu & Flyverbom

شرکت‌ها در مراحل رشد و بلوغ بیشتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی را رعایت می‌کنند. اما در مرحله رکود، نتیجه‌ای دال بر رعایت مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها یافت نشد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که در مرحله بلوغ متغیرهای تعدیل‌گر اندازه شرکت و اهرم مالی بر تأثیر چرخه عمر شرکت بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها مؤثرند اما متغیرهای تعدیل‌گر سودآوری و منابع نقدی تأثیری ندارد. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت‌ها در ایران برای ایجاد مزیت رقابتی، جلب اعتماد عمومی و نیز جذب منابع لازم در مراحل رشد و بلوغ به انجام سرمایه‌گذاری در فعالیتهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی مبادرت می‌ورزند.

همچنین عزیزی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی فعالیتهای داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در نظام بانکی و بررسی رابطه آن با سرمایه اجتماعی پرداختند. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان متغیرهای تحقیق بوده و با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، مدل ابعاد داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی نظام بانکی تأیید شد. مقایسه میانگین ابعاد مسئولیت اجتماعی نظام بانکی حاکی از پایین بودن بعد بشردوستانه نسبت به سایر ابعاد فعالیتهای خارجی و بعد عدم تبعیض نسبت به سایر ابعاد فعالیتهای داخلی مسئولیت اجتماعی نظام بانکی بود. شجاعت باغینی و مالکی (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان طراحی الگوی جذب و نگهداری مشتریان وفادار بر مبنای مسئولیتهای اجتماعی در بخش صنایع پوشاک (مورد مطالعه فروشگاه‌های هاکوپیان) انجام دادند. نتایج حاصله موید آن است که اعمال مسئولیتهای اجتماعی بر جذب، نگهداری و وفاداری مشتریان تأثیر مسلمی دارد. در انتها، بر اساس مبانی نظری و نتایج به دست آمده و همچنین تجربیات به دست آمده هاکوپیان، الگویی در ۵ بخش جهت بهره‌برداری اصحاب کسب و کار ارائه گردیده است. گارسیا^۱ و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد شرکت در صنعت هتلداری با نقش میانجی‌گر مدیریت منابع انسانی سبز و پیامدهای زیست محیطی انجام دادند. نتایج به دست آمده وجود رابطه مستقیم و مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد را نشان داد. همچنین رابطه غیر مستقیم متغیر میانجی تأیید شد. جیون^۲ و همکاران (۲۰۲۰) به تحقیقی با عنوان مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت و رفتارهای مشتریان در صنعت خدمات اشتراک‌گذاری خودرو پرداختند. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت بر نگرش برند و ارتباط شخصی با

^۱. Garsia and etal

^۲. Jeon and etal

برند تأثیر معناداری دارد. با این وجود، مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت هیچگونه تأثیر مستقیمی بر ترجیح برند مشتریان نداشت و نگرش به برند و ارتباط شخصی با برند دارای نوعی اثر میانجی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی درک شده شرکت و ترجیح برند بود.

در بین تحقیقات داخلی، گل‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان جایگاه شفافیت و پاسخگویی در مبارزه با فساد در معاملات دولتی نشان دادند که طی سال‌های اخیر علی‌رغم تورم قوانین در حوزه فساد مانند قانون راجع به منع مداخله وزراء و نمایندگان مجلسین و کارمندان دولت در معاملات دولتی و کشوری، ممنوعیت اخذ پورسانت در معاملات خارجی، ممنوعیت تصدی بیش از یک شغل، قانون مدیریت خدمات کشوری، قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و ... به دلیل فقدان اراده سیاسی لازم، فقدان شفافیت و اهمال در ردیابی و تشخیص درست تعارض منافع نه تنها فساد کاهش نیافته، بلکه ابعادی گستره و حیرت‌انگیز یافته است. بایرام‌پور و همکاران (۱۴۰۰) نیز در تحقیقی با عنوان طراحی الگوی برای تعیین عوامل مؤثر در بروز فساد اداری و بررسی نقش نظارت و شفافیت سازمانی در پیشگیری از آن به این نتیجه رسیدند که با اصلاح و شفاف‌سازی ساختارها، تعاملات و فرایندهای سازمانی و استقرار نظام شایسته‌سالاری در سازمان تامین اجتماعی می‌توان فساد اداری را مهار و مدیریت نمود.

همچنین بر اساس بررسی نتایج تحقیقات در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شرکت‌های داخل کشور، خصوصاً شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هنوز به نحو شایسته‌ای در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، فعالیت و اقداماتی انجام نداده‌اند و کارهای پراکنده در این خصوص حاکی از آن است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ابعاد مختلف تحت تأثیر عواملی نظیر سبک مدیریت، ارزش‌های فرهنگی، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و ... قرار می‌گیرد. در کشور ما، چون انگیزه‌های اعتقادی و مذهبی نقش مهمی در توجه به جنبه‌های بشردوستانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب و کارها ایفاء می‌کند، طبیعی است که سازمان‌ها و شرکت‌ها در راستای تقویت مسئولیت‌پذیری به وظایف خود عمل نمایند؛ اما آنچه که عملاً بر شرکت‌ها حاکم است و در همان ابتدا در ذهن ذینفعان خطور می‌کند، وضعیت نامناسب مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مؤلفه‌های آن‌ها در شرکت‌هاست (قدردان و همکاران، ۱۳۹۷).

مفهوم شفافیت سازمانی به عنوان شرط اساسی اجرای صحیح مسئولیت اجتماعی

شرکتی خصوصاً در زمینه مدیریت مورد استناد قرار گرفته است (کومبز و هولادی^۱، ۲۰۱۳). تحقیقات در مورد شفافیت در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی، پایه‌های مفهومی و هنجاری قابل توجهی را ایجاد کرده است. برای مثال به این موضوع پرداخته است که چگونه شفافیت فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی اساسی را تضمین می‌کند (دوبینک^۲ و همکاران، ۲۰۰۸). تا به امروز، مطالعات متعدد نشان داده است که شفافیت سازمانی اغلب ارزش‌های سازمانی مثبتی مانند اعتماد، تعهد سازمانی، همکاری و روابط کارمندان را ایجاد می‌کند (آگر^۳، ۲۰۱۴). با توجه به اهمیت موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی در کسب و کارهای امروزی و با توجه به خلاء تحقیقاتی موجود در بین تحقیقات داخلی، این تحقیق به دنبال طراحی مدل راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی خواهد بود.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش تحقیق آمیخته اکتشافی در دو مرحله استفاده شد. مرحله اول به صورت کیفی و با روش تحلیل مضمون صورت گرفت. در قسمت کیفی مصاحبه‌هایی نیمه‌ساختاریافته با خبرگان انجام شد. حین انجام مصاحبه، نظرات مصاحبه‌شوندگان ضبط و نگهداری شد و به همراه مشاهدات پژوهشگر به متن تبدیل شد. بعد از رسیدن به نقطه اشباع، داده‌های اولیه وارد نرم‌افزار مکس کیودا شد و کدهای اولیه ایجاد گردید و سپس بر اساس قاعده کدگذاری ثانویه اقدام گردید. بعد از تعیین مقوله‌ها، در مرحله بعد طبقات اصلی نظریه تعیین شدند. از آنجا که در طراحی مدل باید نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آنها تشریح شد، در گام دوم بر اساس داده‌های به دست آمده، مؤلفه‌های پیاده‌سازی سیستم مورد نظر ارائه شد. بعد از استخراج نتایج، اقدام به ساخت و اعتباریابی مقیاسی برای اجرای رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری تفسیری گردید.

در مرحله دوم با استفاده از روش پیمایش تحلیلی صورت گرفت. جامعه آماری بخش کیفی شامل مدیران و کارشناسان مسئولیت اجتماعی سازمان تامین اجتماعی بود. در مرحله کیفی از ۱۴ نفر از خبرگان دانشگاهی و همچنین ۱۳ نفر از مدیران دولتی مصاحبه به عمل آمد. در بخش کمی از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۱۶۷ نفر از مدیران و

¹ Coombs and Holladay

² Dubbink

³ Auger

متخصصان سازمان تامین اجتماعی در شهرستان تهران به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور اعتبارسنجی مدل ایجاد شده از روش مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی.ال.اس بهره گرفته شد. قبل از انجام محاسبات روش مدل سازی معادلات ساختاری، کفایت حجم نمونه با بهره گیری از شاخص کی ام او و آزمون بارتلت و همچنین، نرمال بودن داده ها با آزمون کولکوگروف- اسمیرنوف بررسی شد. نتایج نشان داد که حجم نمونه کافی است و داده ها برای انجام محاسبات مدل سازی معادلات ساختاری مناسب است. به منظور جمع آوری داده ها در بخش کمی از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. روایی پرسشنامه ها توسط چهار نفر از خبرگان تایید شد. همچنین، پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۷۹۵ تایید گردید.

یافته های پژوهش

در این پژوهش از تکنیک تحلیل تم براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد. در فرایند مصاحبه از خبرگان خواسته شد تا دیدگاه خود را در مورد اقدامات و راهبردها و پیامدهای شفافیت سازمانی با توجه به مسئولیت اجتماعی بیان کنند. پس از استخراج و تحلیل محتوای مصاحبه ها، کدهای مربوط به اقدامات طبق گام های ذیل استخراج شد:

گام اول- آشنایی با داده ها؛ در این گام پژوهشگران به بررسی محتوا و متن مصاحبه انجام شده با خبرگان پرداختند. محتوای مصاحبه ها طی دو مرحله و در فاصله زمانی ۱۴ روز بررسی شد تا تمام نکات مطرح شده توسط خبرگان استخراج گردد. البته، در مواردی که در مورد اینکه منظور خبره از بیان مطلبی چه بوده و ابهامی درای زمینه وجود داشت، با آنها تماس برقرار شد تا منظور خود از بیان مطلب را به شکل شفاف و واضح بیان کنند. پس از محتوای مصاحبه ها خلاصه برداری به عمل آمد، محقق به بررسی مجدد خلاصه ها پرداخت و محتوای آنها را دقیق بررسی کرد؛ فرایند بررسی محتوای خلاصه ها تا جایی ادامه یافت که محقق توانست تسلط کاملی بر محتوای آنها پیدا کند.

گام دوم- ایجاد کدهای اولیه؛ در گام بعدی، پژوهشگر بعد از اینکه بر محتوای مصاحبه ها تسلط یافت، به شناسایی کدهای اولیه پرداخت. کد یک ویژگی داده ها را معرفی می کند که به نظر تحلیل گر جالب و مهم به نظر می رسد (براون و کلارک، ۲۰۰۶). در این مرحله روش کار به این شکل بود که پژوهشگر برای هر مطلب مطرح شده توسط خبرگان که به موضوعی خاص اشاره می کرد، یک کد استخراج نمود. در ادامه، چند نمونه از متن مصاحبه ها و کدهای استخراج شده برای راهبردها و اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. متن مصاحبه و کدهای استخراج شده راهبردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی

تکرار	کد شناسایی شده	متن مصاحبه
۱۵	تاکید و حمایت عملی مدیریت از شفافیت سازمانی	"حرف و عمل مدیران در زمینه شفافیت باید یکسان باشد. اینکه مدیری شعار شفافیت بدهد و در عمل خلاف آن رفتار کند مانع بزرگی در مسیر شفافیت کند."
۱۲	رویکرد استراتژیک در زمینه شفافیت سازمانی	"مدیران تامین اجتماعی برای رسیدن به نقطه مطلوب در زمینه شفافیت باید برنامه بلندمدت داشته باشند."
۱۶	پیشگامی در زمینه شفافیت	"مدیریت باید پایبندی به شفافیت را از خود شروع کند."
۱۱	نگاه مثبت به تغییرات مربوط به شفافیت	"معمولا تغییرات سازمانی از جمله شفافیت با مقاومت‌های شدیدی روبه رو می‌شود. اینکه فرد بخواهد اطلاعات کاری خود را افشا کند بسیار سخت است. مدیران باید خودشان نگاه مثبت در کارکنان در مورد شفافیت ایجاد کنند."
۱۲	بهره‌گیری از رویکرد علمی در زمینه شفافیت	"هم فرآیند شفافیت باید علمی باشد و هم نحوه پیاده سازی آن. اینکه مدیران چگونه اقدامات لازم برای شفافیت را برنامه ریزی کنند و همچنین پذیرش آن اقدامات را برای اجرا در بین کارکنان ایجاد کنند با نگاه علمی موفق تر است."
۱۴	توسعه ارتباط مستمر با ذینفعان بیرونی	"سازمان تامین اجتماعی ذینفعان متعددی دارد که باید بتواند با تمام آن رابطه مطلوب برقرار کند و از انتظارات و خواسته‌های آنان آگاهی داشته باشد."
۱۰	اطلاع‌رسانی و ارائه مداوم اخبار و اطلاعات سازمان به ذینفعان بیرونی	"رابطه بین سازمان و ذینفعان باید به شکلی باشد که آن‌ها به طور دوره‌ای اطلاعات لازم را در مورد فعالیت‌ها و برنامه‌های شرکت دریافت کنند."
۱۰	پایش مستمر انتظارات و خواسته‌های مشتریان	"با توجه به تغییر شرایط، خواسته‌ها و انتظارات ذینفعان مختلف تغییر می‌کند و نیاز است شناخت درستی از آن‌ها وجود داشته باشد."
۸	رسیدگی به شکایات و اعتراضات ذینفعان	"سازمان تامین اجتماعی نهادی است که مخاطب آن عامه مردم هستند و باید شرایطی مهیا شود که هرگونه خواسته یا شکایتی از سوی ذینفعان به درستی پیگیری و پاسخ داده شود."
۹	پاسخگویی به ذینفعان بیرونی	"مدیران تامین اجتماعی در برابر ذینفعان مختلف از جمله بیمه‌شدگان باید پاسخگو باشند"
۱۵	اعتمادسازی مدیریت با کارکنان	"متأسفانه اعتماد بین مدیران تامین اجتماعی و کارکنان کم‌رنگ است."
۱۲	مدیریت مشارکتی	"سیستم‌های مدیریت نوین به این سمت رفته‌اند که از ظرفیت کارکنان در زمینه اقدامات شفافیت و مسئولیت اجتماعی استفاده کنند و اقدامات گروهی و جمعی را جایگزین و فعالیت‌های فردی کنند."
۱۶	انگیزش کارکنان	"در مسیر توسعه شفافیت در سازمان تامین اجتماعی، باید فعالیت‌ها و اقدامات انگیزشی از سوی مدیران پیگیری شود."
۱۱	حمایت از کارکنان	"نگاه مدیران در زمینه اقدامات مربوط به شفافیت باید حمایتی باشد."
۱۲	ارائه گزارشات مالی مستمر	"قطعا، مهم‌ترین بخش شفافیت در زمینه مباحث مالی است."
۱۴	ارائه گزارشات متناسب به سهام داران و ذینفعان	"باید تلاش شود به هریک از ذینفعان بنا به شرایط ویژه آن‌ها گزارشات متناسبی در مورد اقدامات و برنامه‌ها ارائه شود."
۱۰	شفاف‌سازی مصارف منابع مالی	"با توجه به حجم بالای درآمدها و هزینه‌ها در سازمان تامین اجتماعی، باید نحوه هزینه کرد منابع مالی شفاف شود."
۱۰	شفاف‌سازی درآمدها	"منابع درآمدی و هزینه‌ای سازمان تامین اجتماعی باید کاملا شفاف باشد."
۸	شفاف سازی بودجه‌بندی سازمانی و مبنای اجرای آن	"اینکه بودجه سازمان تامین اجتماعی در چه زمینه‌هایی هزینه می‌شود و اینکه بر اساس چه فرآیندی منابع تخصیص داده شده، باید مشخص و بدون ابهام باشد."
۹	انجام حسابرسی‌های منظم	"اگرچه باید فعالیت‌ها و برنامه و هزینه‌کردها در سازمان تامین اجتماعی شفاف باشد، اما اقدامات کنترلی و نظارتی نیز باید به تناسب انجام شود."
۱۵	پایش فرآیندهای مالی	"به تناسب و در دوره‌های زمانی مشخص باید فرآیندهای مالی و اقدامات انجام گرفته در مورد آن‌ها باید بررسی شود."
۱۲	نظارت بر سرمایه‌گذاری‌ها	"منابعی که در پروژه‌های مختلف سرمایه‌گذاری می‌شود، باید شفاف‌سازی شود و هزینه کرد و درآمد آن‌ها تعیین شود."

۱۶	توسعه فرآیند بازخورد	"باید مکانیزم‌های اصلاحی در سازمان تامین اجتماعی برای کلیه فعالیت‌ها تعریف شود و فرایند بازخورد و بهبود در کلیه فرآیندها حاکم شود".
۱۱	جریان آزاد اطلاعات	"اطلاعاتی که محدودیت دسترسی ندارند و امکان دسترسی برای افراد مختلف وجود دارد نباید با منع انتشار روبه ور شود".
۱۲	پالایش اطلاعات	"پراکندگی اطلاعاتی و عدم نظم در اطلاعات موجود یکی از مشکلات مشهود در سازمان تامین اجتماعی است".
۱۴	توسعه کانال‌های رسمی جریان اطلاعات	"برای جلوگیری از سوء استفاده و کنترل بهتر بر جریان اطلاعات نیاز است به سمت رسمی کردن کانال‌های انتقال اطلاعات حرکت شود".
۱۰	افشای هدفمند اطلاعات	"اطلاعات باید به تناسب شرایط مختلف و به شکل هدفمند برای نیازهای خاص، افشا گردد و یک مکانیزم و رویه تعیین شده برای افشا وجود داشته باشد".
۱۰	تقویت حافظه سازمانی	"بانک‌های اطلاعاتی و سیستم‌های ذخیره‌سازی اطلاعات و داده‌های سازمانی باید توسعه یابد".
۸	کاهش سلسله‌مراتب	"در سازمان تامین اجتماعی باید از ساختارهای عمودی به سمت ساختارهای افقی حرکت کرد و تا حد امکان چابکی را افزایش داد".
۹	تسهیل ارتباطات پایین به بالا	"موانع ارتباطی که در سازمان تامین اجتماعی در سطوح مختلف وجود دارد، باید شناسایی و رفع شود".
۱۵	کاهش بوروکراسی	"قوانین و ضوابط دست و پاگیر باعث عدم انعطاف و کندی امور در سازمان تامین اجتماعی شده است".
۱۲	کاهش پیچیدگی ساختاری	"گسترده‌ی سازمان تامین اجتماعی و سازمان‌های زیرمجموعه آن، باعث پیچیدگی زیادی در این سازمان شده است و فرآیند شفافیت را با مشکلات زیادی روبه رو کرده است".
۱۶	تسهیل ارتباط بین مدیران و کارکنان	"در سازمان تامین اجتماعی روابط بین مدیران و کارکنان محدود است و کمتر زمینه تبادل اطلاعات بین آن‌ها فراهم می‌شود".
۱۱	تقویت زیرساخت‌های فناوری	"از فناوری اطلاعات می‌توان در زمینه مدیریت اطلاعات و داده‌ها و تعریف مکانیزم‌های شفافیت استفاده کرد".
۱۲	توسعه سیستم‌های اطلاعاتی	"در سازمان‌های مختلف، سیستم‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات در بخش‌های مختلف توانسته‌اند تحولات زیادی ایجاد کنند".
۱۴	توسعه هوشمندی سازمانی در زمینه شفافیت	"شفافیت فراتر از یک رویکرد منفعلانه در برابر ذینفعان، باید فرآیندی کاملاً هدفمند و شفاف و در جهت پیشبرد اهداف سازمان باشد".
۱۰	توسعه خدمات الکترونیک به مشتریان	"خوشبختانه ارائه خدمات به مشتریان به شکل الکترونیک در حال گسترش است و شرایط مناسبی دارد".
۱۰	توسعه ارتباط الکترونیک با ذینفعان	"توسعه روابط با مشتریان از جمله بیمه‌شدگان یک اقدام اساسی در سازمان تامین اجتماعی است. با بهره‌گیری از ابزارهای الکترونیک می‌توان این فرآیند را بهینه و تسریع کرد".
۸	بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی	"امروزه، رشد شبکه‌های اجتماعی تاثیر زیادی بر فعالیت سازمان‌ها گذاشته است".
۹	توسعه وب‌سایت	"بسیاری از اقدامات و برنامه‌های سازمانی در تامین اجتماعی را می‌توان از طریق وب سایت و سایر ابزارهای الکترونیک اطلاع‌رسانی کرد".
۱۵	افزایش درک فناوری در بین کارکنان	"استفاده از فناوری اطلاعات مخصوصاً در زمینه شفافیت ممکن است با مقاومت زیادی همراه باشد".
۱۵	پایش فناوری‌های نوین	"از فناوری‌های نوینی که می‌تواند در مسیر اطلاع رسانی و توسعه روابط با ذینفعان استفاده شود، باید استقبال شود".
۱۲	بومی‌سازی فناوری‌های نوین در فعالیت‌های سازمانی	"هر سازمانی از فناوری اطلاعات می‌تواند متناسب با فعالیت خود استفاده‌های متعددی کند".
۱۶	شفافیت انتصابات سازمانی	"متأسفانه انتصابات در سازمان تامین اجتماعی در مواردی مبتنی بر روابط و بدون در نظر گرفتن قوانین سازمانی است".
۱۱	شفافیت در جذب و استخدام	"استخدام در سازمان تامین اجتماعی در برخی موارد بدون رعایت ضوابط سازمانی و مبتنی

بر روابط است."	کارکنان	
"در سازمان تامین اجتماعی باید میزان دریافتی افراد و مبنای تعیین حقوق و دستمزد شفاف باشد."	شفافیت جبران خدمات کارکنان	۱۲
"مسیر ارتقای کارکنان و کارراهه شغلی باید هرکدام از کارکنان شفاف باشد."	شفافیت ارتقای شغلی کارکنان	۱۴
"متاسفانه ارزیابی عملکرد کارکنان فاقد کارایی لازم است و نمی‌تواند تاثیری در بهبود کارکنان داشته باشد."	شفافیت نظام ارزیابی عملکرد	۱۰
"شفافیت فراتر از قانون و ضابطه است و باید به یک فرهنگ در تمام سطوح سازمانی تبدیل شود."	توسعه فرهنگ شفافیت	۱۰
"توسعه سوت سازمانی و ارائه مشوق در این زمینه مانع بزرگی در مقابل فساد و انحراف در تامین اجتماعی است."	سوت‌زنی سازمانی	۸
"متاسفانه فساد در سازمان تامین اجتماعی در بین برخی از کارکنان مشاهده می‌شود. شفافیت مانعی بر سر فساد و حرکت در جهت سلامت سازمانی است."	ترویج مقابله با فساد	۹
"برخورد با فساد باید کاملاً قاطعانه و بدون هرگونه اغماض باشد."	مقابله سخت‌گیرانه با متخلفان و پنهان کاران	۱۵
"مدیران باید به طور کامل از شفافیت و فرآیندهای ان حمایت کنند و آن را در تمام سازمان ترویج کنند."	توسعه جو حمایت از شفافیت	۱۵
"نگاه خلاقانه به شفافیت می‌تواند اثر مهمی در زمینه اثربخشی اقدامات در این زمینه داشته باشد."	خلاقیت و نوآوری در زمینه شفافیت	۱۲
"مدیریت دانش رویکردی نوین است که می‌تواند در زمینه شفافیت نیز آثار ارزشمندی ایجاد کند."	توسعه سیستم مدیریت دانش	۱۶

مرحله ۳- جستجوی تم‌ها؛ در مرحله بعد، پژوهشگر به بررسی و شناسایی کدهایی پرداخت که از نظر محتوایی و مفهومی باهم تشابه داشتند. بدین منظور، کدهایی که از متن مصاحبه با خبرگان استخراج شده بودند و از نظر محتوا با هم تشابه و اشتراک داشتند، توسط پژوهشگر ادغام و ترکیب شدند و مولفه‌ها را شکل دادند. در ادامه نیز، مولفه‌هایی که از نظر مفهومی با هم اشتراک داشتند، با هم ادغام شدند و ابعاد را به وجود آوردند.

مرحله ۴- بازبینی تم‌ها؛ در این گام، پس از شناسای کلیه تم‌ها، پژوهشگر به بررسی دوباره و بازبینی یافته‌های مربوط به تم‌های شناسایی شده پرداخت و نتایج کدگذاری راهبردها را با نتایج شناسایی تم‌ها و همچنین مبانی نظری موجود تطبیق داد. همچنین، نقشه تم‌های مربوط به راهبردها و اقدامات مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی بررسی گردید که نتایج نشان داد دارای ساختاری مناسب است.

مرحله ۵- تعریف و نام‌گذاری تم‌ها؛ در گام آخر، پس از اینکه تم‌های شناسایی شده نهایی گردید و دسته‌بندی آن‌ها تایید گردید، نسبت به نام‌گذاری تم‌ها اقدام شد (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج تحلیل تم راهبردها و اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی

کد اولیه	مضمون		
	پایه	سازمان دهنده	فراگیر
تاکید و حمایت عملی از شفافیت سازمانی، رویکرد استراتژیک در زمینه شفافیت سازمانی، پیشگامی در زمینه شفافیت، نگاه مثبت به تغییرات مربوط به شفافیت و بهره‌گیری از رویکرد علمی در زمینه شفافیت	مدیریت تحول مدار	راهبردهای مدیریتی	راهبردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد
	مدیریت روابط بیرونی		
توسعه ارتباط مستمر با ذینفعان بیرونی، اطلاع رسانی و ارائه مداوم اخبار و اطلاعات سازمان به ذینفعان بیرونی، پایش مستمر انتظارات و خواسته‌های مشتریان، رسیدگی به شکایات و اعتراضات ذینفعان و پاسخگویی به ذینفعان بیرونی			

شفافیت سازمانی	روابط موثر با کارکنان	اعتمادسازی مدیریت با کارکنان، مدیریت مشارکتی، انگیزش کارکنان و حمایت از کارکنان
راهبردهای مالی	آشکارسازی (افشای) مالی	ارائه گزارشات مالی مستمر، ارائه گزارشات متناسب به سهام داران و ذینفعان، شفاف سازی مصارف منابع مالی، شفاف سازی درآمدها و شفاف سازی بودجه بندی سازمانی و مبانی اجرای آن
	پایش مالی	انجام حسابرسی‌های منظم، پایش فرایندهای مالی، نظارت بر سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه فرآیند بازخورد
راهبردهای ساختاری	مدیریت اطلاعات سازمانی	جریان آزاد اطلاعات، پالایش اطلاعات، توسعه کانال‌های رسمی جریان اطلاعات، افشای هدفمند اطلاعات و تقویت حافظه سازمانی
	اصلاح ساختار سازمانی	کاهش سلسله مراتب، تسهیل ارتباطات پایین به بالا، کاهش بوروکراسی، کاهش پیچیدگی ساختاری و تسهیل ارتباط بین مدیران و کارکنان
راهبردهای تکنولوژی	توسعه سازمان الکترونیک	تقویت زیرساخت‌های فناوری، توسعه سیستم‌های اطلاعاتی، توسعه هوشمندی سازمانی در زمینه شفافیت، توسعه خدمات الکترونیک به مشتریان و توسعه ارتباط الکترونیک با ذینفعان
	کاربرد فناوری‌های نوین	بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی، توسعه وب سایت، افزایش درک فناوری در بین کارکنان، پایش فناوری‌های نوین و بومی سازی فناوری‌های نوین در فعالیت‌های سازمانی
راهبردهای مدیریت منابع انسانی	نظام‌های منابع انسانی	شفافیت انتصابات سازمانی، شفافیت در جذب و استخدام کارکنان، شفافیت جبران خدمات کارکنان، شفافیت ارتقای شغلی کارکنان و شفافیت نظام ارزیابی عملکرد
	سیستم‌های نرم سازمانی	توسعه فرهنگ شفافیت، سوت‌زنی سازمانی، ترویج مقابله با فساد، مقابله سخت‌گیرانه با متخلفان و پنهان‌کاران، توسعه جو حمایت از شفافیت، خلاقیت و نوآوری در زمینه شفافیت و توسعه سیستم‌های مدیریت دانش

همچنین پس از شناسایی تم‌ها مربوط به راهبردهای تحقق مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی، پیامدهای ایجاد شده آن شناسایی گردید؛

نتایج تحلیل تم عوامل موثر و پیامدهای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی؛ نهایتاً، بر اساس نظرات خبرگان و یافته‌های تحلیل تم پیامدهای ایجاد شده مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی شناسایی گردید. بر اساس یافته‌ها دو دسته عوامل موثر شامل عوامل تعدیل‌گر و عوامل زمینه‌ای زیر شناسایی گردید.

جدول ۴. متن مصاحبه و کدهای استخراج شده پیامدهای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی

تکرار	کد شناسایی شده	متن مصاحبه
۱۰	بهبود عملکرد سازمانی	"توسعه شفاف سازی امور در سازمان تامین اجتماعی می‌تواند جلوی کج روی‌ها و عملکرد پایین بخش‌ها را بگیرد".
۱۰	تحقق اهداف سازمانی	"بسیاری از اهداف سازمان تامین اجتماعی با مسائل اجتماعی در جامعه گره خورده است".
۸	نگرش مثبت به سازمان	
۹	افزایش اعتماد به سازمان	"قطعا با گسترش مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجهه و اعتبار سازمان تامین اجتماعی ارتقا می‌یابد".
۱۵	تعالی سازمانی	"تعالی سازمان تامین اجتماعی، تعالی جامعه و کشور را به همراه دارد".
۱۵	رضایت ذینفعان	"سازمان تامین اجتماعی ذینفعان متعددی حتی با اهداف متفاوت دارد که تامین رضایت آن‌ها کار

		سختی است."
۱۲	وفاداری ذینفعان	"تامین منافع ذینفعان سازمان تامین اجتماعی برای جلب وفاداری آن‌ها مهم است."
۱۶	اعتماد ذینفعان	"متأسفانه برخی سیاست‌های نادرست به اعتماد ذینفعان تامین اجتماعی لطمه وارد کرده است."
۱۱	تحقق انتظارات ذینفعان	"برخی از ذینفعان سازمان تامین اجتماعی اولویت بالایی برای تحقق شفافیت قائل هستند."
۱۲	تامین منافع ذینفعان	"ذینفعان تامین اجتماعی گاه منافع متفاوت و حتی متعارضی دارند."
۱۴	مشارکت کارکنان	"توجه به مسائل اجتماعی می‌تواند به ارتقای مشارکت و جدیت کارکنان کمک کند."
۱۰	بهبود عملکرد کارکنان	"شفافیت خود عاملی مهم در جدیت و حساسیت بیشتر کارکنان برای انجام وظایف خود به شکل درست است."
۱۰	رضایت کارکنان	"وقتی کارکنان می‌بینند سازمان آن‌ها در مسائل اجتماعی در جامعه مشارکت می‌کند، رضایت بالاتری می‌یابند."
۸	تعهد کارکنان	"تعهد کارکنان در سازمان تامین اجتماعی عامل مهمی در عملکرد کاری است."
۹	رفتار شهروندی کارکنان	"اینکه سازمان تامین اجتماعی در فعالیتهای نوع دوستانه مشارکت کند، بر جو داخلی این سازمان و رفتارهای حمایتگرانه بین کارکنان تأثیر دارد."
۱۵	ارتقای رفاه عمومی	"عملکرد سازمان تامین اجتماعی در سطح رفاه عمومی جامعه تأثیرگذار است."
۱۶	تقویت اخلاق مداری	"فعالتهایی که در زمینه مسئولیت اجتماعی و اقدامات نوع دوستانه انجام می‌شود، سطح اخلاق در جامعه را ارتقاء می‌دهد."
۱۲	کاهش مسائل و آسیب‌های اجتماعی	"سازمان تامین اجتماعی بانجام درست وظایف خود، می‌تواند نقش مهمی در کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی داشته باشد."
۱۴	تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه	"درگیر شدن سازمان‌ها در فعالیتهای اجتماعی و انجام اقدامات موثر در جامعه، در تقویت اعتماد و همدلی در جامعه موثر است."
۱۲	تقویت مشارکت شهروندان	"قطعا مشارکت سازمان‌هایی مانند تامین اجتماعی در فعالیتهای عام المنفعه، باعث مشارکت بیشتر گروه‌های مردمی می‌شود که در نتیجه به تحقق اهداف جامعه کمک می‌کند."

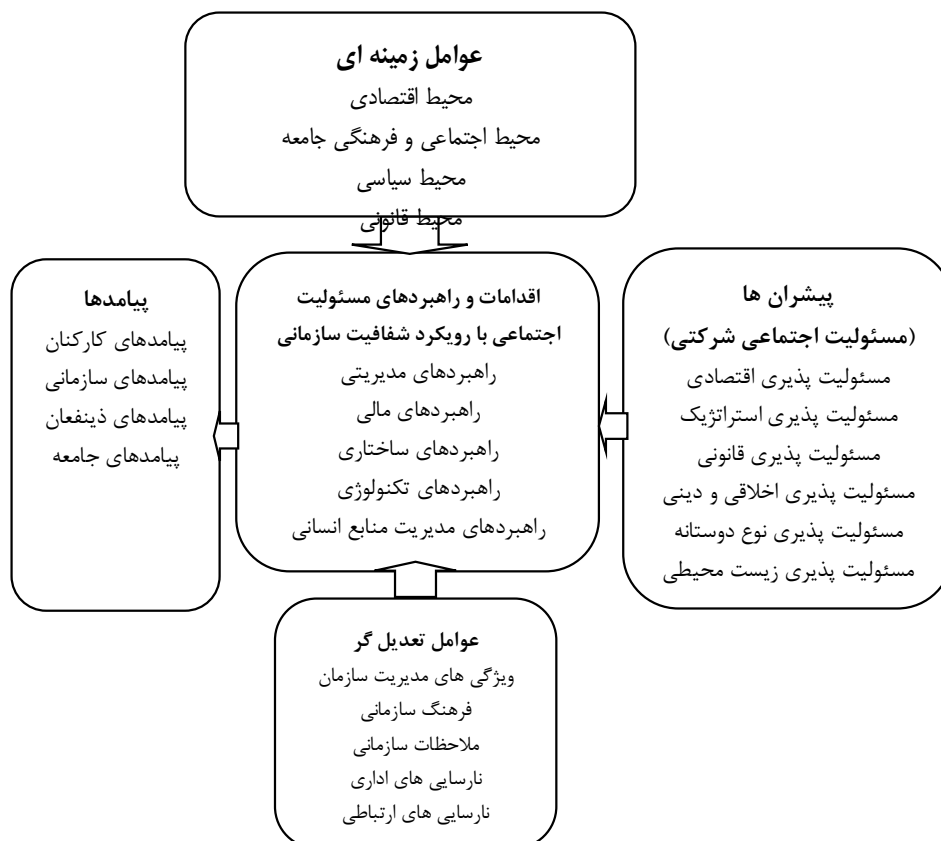
پس از شناسایی کدهای مربوط به پیامدهای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی، فرآیند تحلیل تم در مورد آن‌ها انجام گرفت. ابتدا کدهایی که دارای مفهوم و زمینه مشترکی بودند در یک گروه قرار گرفتند و سپس همین کار برای گروه‌های تشکیل شده انجام گرفت. نهایتاً، عنوان هر دسته و گروه تعیین شد. نتایج نهایی تحلیل تم برای پیامدهای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی و پیامدهای آن در جدول مشاهده می‌شود.

جدول ۵. یافته‌های تحلیل تم عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی و پیامدهای آن

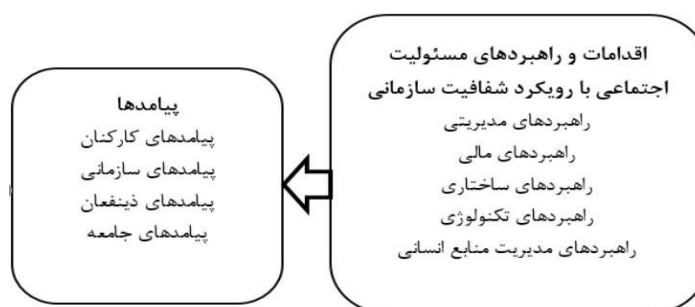
کد اولیه	مضمون		
	پایه	سازمان دهنده	فراگیر
بهبود عملکرد سازمانی، تحقق اهداف سازمانی، نگرش مثبت به سازمان، افزایش اعتماد به سازمان و تعالی سازمانی	سازمانی	پیامدهای سازمانی	تشکیل مدل
رضایت ذینفعان، وفاداری ذینفعان، اعتماد ذینفعان، تحقق انتظارات ذینفعان و تامین منافع ذینفعان	ذینفعان	پیامدهای ذینفعان	
مشارکت کارکنان، بهبود عملکرد کارکنان، رضایت کارکنان، تعهد کارکنان و رفتار شهروندی کارکنان	کارکنان	پیامدهای کارکنان	
ارتقای رفاه عمومی، تقویت اخلاق مداری، کاهش مسائل و آسیب‌های اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه و تقویت مشارکت شهروندان	جامعه	پیامدهای جامعه	

تشکیل مدل تحقیق؛ بر اساس متغیرهای شناسایی شده و تعیین روابط بین آن‌ها، مدل

کلی مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی طراحی شد



شکل ۱. مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی



شکل ۲. مدل راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی

مریام (۲۰۰۹)، روایی را چگونگی انطباق یافته‌های تحقیق بر واقعیات می‌داند (صادقی مقدم، ۱۳۹۱). در پژوهش حاضر، بر اساس دیدگاه مریام (۲۰۰۹)، برای بررسی روایی در

بخش کیفی از دو روش کثرت‌گرایی و بررسی توسط اعضا استفاده شد. در روش کثرت‌گرایی^۱ از چند منبع یا چند روش برای تأیید کردن داده‌های در حال ظهور استفاده می‌شود. همچنین، در روش بررسی توسط اعضا^۲، از پاسخ‌دهندگان درخواست می‌شود تا به پرسش میزان مورد قبول بودن نتایج پاسخ دهند (صادقی مقدم، ۱۳۹۱). در این تحقیق برای تأیید روایی یافته‌های کیفی با روش تحلیل تم از ۴ نفر از خبرگان مشارکت‌کننده در مورد یافته‌ها نظرخواهی شد که با تغییراتی یافته‌ها به تأیید آن‌ها رسید. همچنین، برای روش کثرت‌گرایی، یافته‌های به دست آمده با مبانی نظری و تحقیقات پیشین و همچنین داده‌ها و گزارشات میدانی تطبیق داده شد.

همچنین، معیار قابلیت اعتماد یا پایایی به ثبات داده‌ها در طول زمان و در شرایط متفاوت اطلاق می‌شود. پایایی مصاحبه‌ها عمیقاً تحت تأثیر فرآیند کدگذاری است و درصد بالای توافق یا عدم توافق در کدگذاری به ترتیب نشان دهنده کم یا زیاد بودن پایایی مصاحبه است. به منظور بررسی قابلیت اعتماد نتایج از ضریب توافق درصدی^۳ یا سنجش رابطه خام^۴ (نتواندورف^۵، ۲۰۰۲) که همخوانی بسیاری با روش سنجش پایایی بازآزمایی یا آزمون - آزمون مجدد^۶ (در پژوهش‌های کمی) دارد، بر اساس فرمول زیر استفاده گردید:

$$PAO = 2M / (n_1 + n_2)$$

PAO7 درصد توافق مشاهده شده (ضریب پایایی)

M تعداد توافق در دو مرحله کدگذاری

n1 تعداد واحدهای کدگذاری شده در مرحله اول

n2 تعداد واحدهای کدگذاری شده در مرحله دوم

به منظور محاسبه پایایی، از بین مصاحبه‌های انجام شده تعداد ۴ مصاحبه انتخاب شد و هر کدام در فاصله زمانی ۱۴ روز دو بار توسط محقق کدگذاری انجام گرفت. سپس کدهای تعیین شده برای هر مصاحبه یک به یک با هم مقایسه شدند. در هر مصاحبه، کدهای مشابه به عنوان "توافق" و کدهای غیرمشابه به عنوان "عدم توافق" تعیین گردید. قابلیت اعتماد یا پایایی یافته‌های پژوهش در جدول زیر قابل مشاهده است.

¹ Triangulation

² Member Checks

³ Raw Percent Agreement

⁴ Crude Association

⁵ Neuendorff

⁶ Test-retest method

⁷ Percentage of Agreement Observation (POA)

جدول ۶. قابلیت اعتماد یا پایایی نتایج پژوهش

مصاحبه	تعداد کدهای مرحله اول	تعداد کدهای مرحله دوم	تعداد توافقی	تعداد عدم توافق	درصد پایایی
۱	۳۴	۳۸	۳۴	۴	۰/۹۴
۲	۲۸	۳۱	۲۸	۳	۰/۹۴
۳	۲۵	۲۷	۲۵	۲	۰/۹۶
۴	۲۶	۳۰	۲۶	۴	۰/۹۲
کل	۲۸/۲۵	۳۱/۵	۲۸/۲۵	۳/۲۵	۰/۹۴

همان طور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، میانگین کدها در مرحله اول ۲۸/۲۵، میانگین کدها در مرحله دوم ۳۱/۵، میانگین توافقات ۲۸/۲۵، میانگین عدم توافقات ۳/۲۵ و پایایی کل ۹۴ درصد است که با توجه معیار بالاتر از ۰/۷ درصد، پایایی کدگذاری تایید شد. همچنین، محقر و صادقی مقدم (۱۳۹۰)، در پژوهش خود، به تبعیت از فلینت و همکاران برای ارزیابی قابل اتکا بودن داده‌ها و تفسیرها، ترکیبی از معیارهای مورد استفاده در ارزیابی تحقیقات تفسیری و تحقیقات برخاسته از داده را مورد استفاده قرار داده‌اند که در این تحقیق این معیارها برای سنجش کفایت فرآیند تحقیق به کار گرفته می‌شود. معیارهای مربوط به پژوهش‌های تفسیری شامل اعتمادپذیری، انتقال پذیری، اتکاپذیری، تصدیق‌پذیری و راستی و معیارهای نظریه‌توری داده بنیاد شامل تطابق، فهم‌پذیری، عمومیت و کنترل پذیری هستند. کفایت فرآیند تحقیق بر اساس معیارهای مذکور در جدول زیر آمده است.

جدول ۷. بررسی سنجش کفایت فرایند تحقیق

معیار	مفهوم معیار	توضیحات
اعتماد پذیری	میزانی که نشان می‌دهد نتایج حاصل از تحقیق تا چه حد نماینده داده‌های تحقیق است.	در فرآیند تحقق یافته‌ها تلاش شد تا حد امکان بر یادداشت برداری کامل مصاحبه‌ها و مرور چندباره آن‌ها جهت اطمینان از قلم نیفتادن داده‌ها تمرکز شود. همچنین، در طول فرآیند تفسیر یافته‌ها و شکل دادن به ابعاد و مقوله‌ها، از خبرگان نظرخواهی شد.
انتقال پذیری	میزانی که قابلیت بکارگیری یافته‌های تحقیق را در موقعیت‌های مشابه دیگر نشان می‌دهد.	با توجه به اینکه یافته‌های تحقیق حاصل مصاحبه با ۲۷ نفر از خبرگان با تخصص‌ها و سوابق مختلف است و نیز مبتنی بر تجربیات آن‌ها است، قابل انتقال است. ضمناً، یافته‌ها حاصل داده‌هایی است که از بستر پدیده مورد بررسی استخراج شده است.
اتکا پذیری	میزانی که منحصر بودن یافته‌ها به زمان و مکان را نشان می‌دهد. ثابت و پایداری در تبیین‌های صورت گرفته.	اینکه برای دستیابی به یافته‌ها، از خبرگانی که با پدیده مورد بررسی آشنایی داشتند و در بستر آن فعالیت داشتند و همچنین دارای تجارب و دانش متفاوتی بودند، نظرخواهی به عمل آمد، اتکا پذیری را تایید می‌کند.
تصدیق پذیری	میزانی که نشان می‌دهد تا چه حد تفسیرهای صورت گرفته، برآمده از مصاحبه‌شوندگان است و تحت تاثیر سوگیری محقق نبوده است.	نظرخواهی از تعدادی از مصاحبه‌شوندگان در مورد یافته‌های تحقیق و نیز مرور چندباره یادداشت و مصاحبه‌های انجام شده تا حدود بسیار زیادی، تاثیر نظرات محقق را به حداقل رسانده است.
راستی	میزانی که نشان می‌دهد تفسیرها تحت تاثیر اطلاعات نادرست یا طفره رفتن مصاحبه‌شوندگان قرار نگرفته است.	محقق برای رفع نگرانی خبرگان تلاش کرد که مصاحبه‌ها به صورت باز و در فضایی صمیمی انجام شود. همچنین، این اطمینان برای مصاحبه‌شونده ایجاد شود که هیچ گونه افشای اطلاعاتی انجام نمی‌شود و صرفاً مصاحبه‌ها به صورت یکجا و توسط محقق ارزیابی می‌شود.

تحلیل عاملی تایید راهبردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی؛ به منظور تأیید یا رد فرضیات از مدل معادلات ساختاری و به طور اخص تحلیل مسیر با نرم افزار آماری پی‌ال‌اس استفاده شد. در مدل ساختاری روابط علی بین پیشران‌ها، اقدامات و راهبردها، عوامل زمینه‌ای، عوامل تعدیلگر و پیامدها ارائه شده است. در ابتدا برای اعتبارسنجی مدل، باید از کفایت حجم نمونه که ۱۶۷ نفر بود، اطمینان حاصل شود. روش‌های مختلفی برای بررسی کفایت نمونه‌گیری وجود دارد که از جمله آن‌ها آزمون کی‌ام‌او است که مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است. از سوی دیگر، برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌هایی که پایه تحلیل قرار می‌گیرد در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت^۱ استفاده شد. خروجی آزمون کی‌ام‌او و بارتلت در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸. نتایج محاسبه شاخص کی‌ام‌او و آزمون بارتلت

شاخص	کی‌ام‌او	بارتلت	معنی‌داری	درجه آزادی	نتیجه آزمون
مقدار	۰/۸۱۷	۲۵۴۴۹/۴۵	۰/۰۰۰	۷۵	تایید

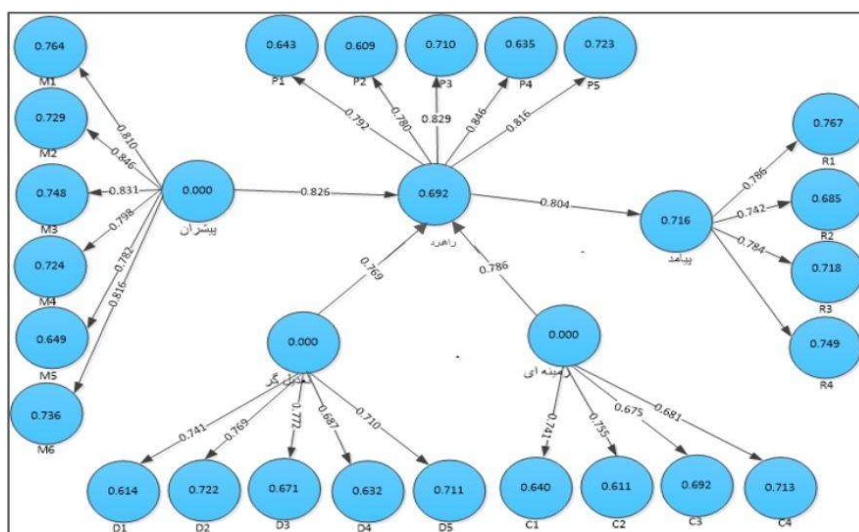
با توجه به جدول فوق اندازه کفایت نمونه^۲ و همچنین آزمون معناداری کرویت نمونه بارتلت^۳ نیز در تحلیل عاملی توسط اس‌پی‌اس به ترتیب برابر با ۰/۸۱۷ و ۰/۰۰۰ است که نشان دهنده کفایت نمونه‌ها برای انجام تحلیل عاملی می‌باشد.

پس از تایید کفایت حجم نمونه، مدل ساختاری تحقیق آزمون شده است. خروجی نرم‌افزار پی‌ال‌اس نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برآزش یافته است. همچنین شکل ۳ و ۴ معناداری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل ساختاری تحقیق را نشان می‌دهد. ضرایب به دست آمده زمانی معنادار هستند که مقدار آزمون معناداری آن‌ها از عدد ۱/۹۶ بزرگتر و از عدد ۱/۹۶- کوچک‌تر باشند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، شدت اثر پیشران‌ها بر اقدامات و راهبردهای شفافیت ۰/۸۲۶ و عوامل زمینه‌ای و عوامل تعدیل‌گر بر اقدامات و راهبردها به ترتیب برابر با ۰/۷۸۶ و ۰/۷۶۹ است که با توجه به مقادیر تی معنادار است. همچنین شدت اثر اقدامات و راهبردها بر پیامدها ۰/۸۰۴ و معنی‌دار است.

¹. Bartlett Test

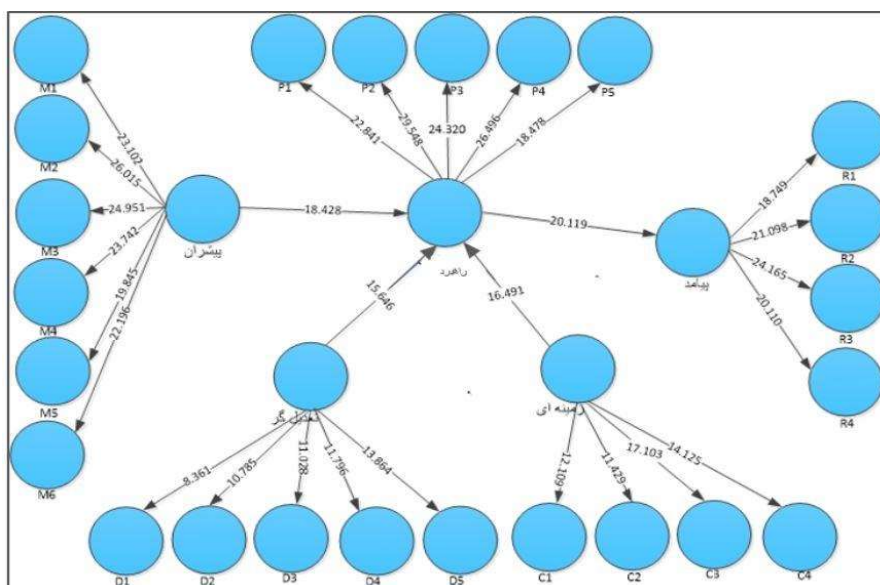
². Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy

³. Bartlett's Test of Sphericity Sig



شکل ۳. مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

ضمناً، ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل‌های معادلات ساختاری، اعداد معناداری تی است. اگر مقدار آماره تی خارج از بازه ($-1/96$ تا $+1/96$) قرار گیرد، در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است و اگر مقدار آماره تی درون این بازه قرار گیرد، در نتیجه ضریب مسیر برآورد شده معنادار نیست و فرضیه متناسب با آن رد می‌شود. شکل ۴ مدل مفهومی پژوهش را در حالت معناداری ضرایب نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، کلیه ضرایب خارج از بازه قرار دارند و بنابراین، تمامی آن‌ها معنادار هستند.



شکل ۴. مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب معنی داری

طبق جدول ۹ برای روابط بین اجزای مدل، کلیه ضرایب مسیر معنادار هستند و بنابراین، روابط تعریف شده در مدل تحقیق مورد تایید قرار می‌گیرند.

جدول ۹. نتایج تحلیل مسیر

ردیف	مسیر		ضریب مسیر	معنی داری	نتیجه
۱	پیشران‌ها	راهبرد	۰/۸۲۶	۱۸/۴۲۸	تایید
۲	عوامل زمینه‌ای	راهبرد	۰/۷۸۶	۱۶/۴۹۱	تایید
۳	عوامل تعدیل‌گر	راهبرد	۰/۷۶۹	۱۵/۴۶۴	تایید
۴	راهبرد	پیامد	۰/۸۰۴	۲۰/۱۱۹	تایید

همچنین، برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش، ضریب تعیین متغیرهای پنهان درون‌زای مدل محاسبه شد. مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضریب تعیین ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شود. با توجه به نمودار نتایج تحقیق، مقادیر ضریب تعیین برای متغیر راهبردها و اقدامات شفافیت مقدار ۰/۶۹۲ و برای متغیر پیامدها ۰/۷۱۶ است که همگی بالای ۰/۳۳ بوده و نشان از برازش مناسب مدل دارد. ضمناً، معیار آزمون کیفیت مدل ساختاری (کیو۲) توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) برای قدرت پیش‌بینی مدل ارائه شد. به اعتقاد آن‌ها مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبولی هستند، باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را تعیین نموده‌اند (هنسلر و همکاران، ۲۰۰۹). با توجه به جدول ۱۰ و مقادیر افزونگی یا ضریب تغییرات شاخص افزونگی^۱ کیفیت مدل قوی می‌باشد.

جدول ۱۰. مقادیر سی‌وی‌رد

متغیر	مقدار سی‌وی‌رد
راهبردها و اقدامات شفافیت	۰/۳۴
پیامدها	۰/۳۱

معیار نیکویی برازش نیز مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است؛ بدین معنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. به‌طوری که کامونالیتی نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه بوده و ای‌وی‌ای^۲ سازه‌های درون‌زای مدل است.

^۱. CV Red

همچنین سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۵ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای نیکویی برازش و حصول عدد ۰/۶۳ نشان از برازش بسیار مناسب مدل تحقیق است.

بحث و نتیجه گیری

هدف تحقیق طراحی مدل راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکتی با رویکرد شفافیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی بود. این تحقیق در دو مرحله کیفی با روش تحلیل تم و مرحله کمی با روش مدل سازی معادلات ساختاری انجام شد. بر اساس تحلیل داده‌ها، ۵ دسته راهبرد شامل راهبردهای مدیریتی، مالی، ساختاری، تکنولوژی و مدیریت منابع انسانی شناسایی گردید. بر اساس یافته‌های مدل سازی معادلات ساختاری، کلیه عوامل شناسایی شده تایید شدند.

راهبردهای مدیریتی مربوط به اقدامات و رویکردهای مدیریتی است که در راستای ارتقای شفافیت سازمانی انجام می‌پذیرد. این اقدامات و رویکردها شامل مدیریت تحول‌مدار، مدیریت روابط بیرونی و روابط موثر با کارکنان است. بر این اساس، مدیران باید نسبت به مساله شفافیت نگاه تحول‌مدار داشته باشند و سعی کنند با فاصله گرفتن از ذهنیت‌ها و چارچوب‌های سنتی، از شفافیت در راستای ارتقای مسئولیت‌های خود در مقابل ذینفعان و جامعه استفاده کنند. در راستای رهبری تحول‌مدار در زمینه شفافیت، اقداماتی شامل تاکید و حمایت عملی از شفافیت سازمانی، رویکرد استراتژیک در زمینه شفافیت سازمانی، پیشگامی در زمینه شفافیت، نگاه مثبت به تغییرات مربوط به شفافیت و بهره‌گیری از رویکرد علمی در زمینه شفافیت شناسایی گردید. از طرف دیگر، مدیران باید روابط خود با ذینفعان بیرونی را در جهت ارتقای شفافیت نسبت به عملکردها و برنامه‌ها ارتقا دهند که در این راستا لازم است تعامل گسترده‌تری با جامعه و ذینفعان برقرار کنند. قطعاً، یکی از مسیرهای توسعه شفافیت، جلب رضایت ذینفعان بیرونی از طریق اطلاع رسانی و پاسخگویی مناسب در مورد انتظارات آنان است. در این راستا، اقداماتی از قبیل توسعه ارتباط مستمر با ذینفعان بیرونی، اطلاع‌رسانی و ارائه مداوم اخبار و اطلاعات سازمان به ذینفعان بیرونی، پایش مستمر انتظارات و خواسته‌های مشتریان، رسیدگی به شکایات و اعتراضات ذینفعان و پاسخگویی به ذینفعان بیرونی برای توسعه و مدیریت روابط با ذینفعان شناسایی گردید. نهایتاً، آخرین راهبرد مدیریتی مربوط به روابط موثر با کارکنان است. کارکنان در پیگیری اقدامات مربوط به شفافیت و نیز اجرای آن‌ها نقشی تعیین کننده دارند. در این راستا، لازم مدیران نسبت به جلب اعتماد و تعهد آن‌ها نسبت به اقدامات شفافیت، تلاش لازم را انجام دهند. شفافیت بدون ارتباط موثر مدیران با کارکنان ممکن نیست. در این تحقیق، اقداماتی از قبیل

اعتمادسازی مدیریت با کارکنان، مدیریت مشارکتی، انگیزش کارکنان و حمایت از کارکنان در راستای ارتباط موثر با کارکنان شناسایی گردید.

راهبردهای مالی در مورد شرایط و اقدامات مالی است که باید در راستای ارتقای شفافیت انجام پذیرد. قطعاً، یکی از مهم‌ترین راهبردها در زمینه شفافیت، مربوط به مسائل مالی است. این راهبردها شامل اقدامات مربوط به آشکارسازی (افشای) مالی و پایش مالی است. آشکارسازی و افشای مالی به این مورد اشاره دارد که گزارشات مالی باید به شکل دوره‌ای و منظم و در راستای کاهش ابهامات ذینفعان مختلف باید ارائه شود. در این تحقیق، اقداماتی مانند ارائه گزارشات مالی مستمر، ارائه گزارشات متناسب به سهام‌داران و ذینفعان، شفاف‌سازی مصارف منابع مالی، شفاف‌سازی درآمدها و شفاف‌سازی بودجه‌بندی سازمانی و مبانی اجرای آن برای آشکارسازی شناسایی شد. از طرفی، پایش مالی مربوط به اقدامات کنترلی و نظارتی در راستای ارتقای شرایط مالی است. در این راستا، اقداماتی شامل انجام حسابرسی‌های منظم، پایش فرآیندهای مالی، نظارت بر سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه فرآیند بازخورد برای پایش مالی شناسایی شد.

بعد بعدی مربوط به اقدامات ساختاری است. قطعاً، یکی از مسیرهای توسعه شفافیت مربوط به ساختار و سلسله‌مراتب سازمانی است. بسیاری از کاستی‌ها در زمینه شفافیت به این موضوع برمی‌گردد که باید ساختار سازمانی از اقدامات مربوط به شفافیت پشتیبانی کند. بر اساس یافته‌ها، مدیریت اطلاعات سازمانی و اصلاح ساختار سازمانی اقدامات ساختاری در زمینه ارتقای شفافیت است. از یک طرف، در راستای مدیریت اطلاعات سازمانی به جریان آزاد اطلاعات و توسعه کانال‌های انتقال و ارسال اطلاعات مربوط است. در این تحقیق، اقداماتی از قبیل جریان آزاد اطلاعات، پالایش اطلاعات، توسعه کانال‌های رسمی جریان اطلاعات، افشای هدف‌مند اطلاعات و تقویت حافظه سازمانی برای مدیریت اطلاعات سازمانی شناسایی شد. همچنین، ساختار سازمان باید در جهت ارتقای شفافیت اصلاح شود. در این راستا باید سطح سلسله‌مراتب و سطح بوروکراسی سازمانی کاهش یابد. اقداماتی که در راستای اصلاح ساختار سازمانی شناسایی گردید، شامل کاهش سلسله‌مراتب، تسهیل ارتباطات پایین به بالا، کاهش بوروکراسی، کاهش پیچیدگی ساختاری و تسهیل ارتباط بین مدیران و کارکنان هستند.

دیگر بعد مربوط به راهبردهای تکنولوژی است. قطعاً، تکنولوژی به توسعه شفافیت سازمانی کمک زیادی می‌تواند انجام دهد. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات تاثیر زیادی در توسعه روابط با ذینفعان و انجام موثرتر کنترل‌ها و نظارت‌ها دارد. راهبردهای تکنولوژی در زمینه توسعه سازمان الکترونیک و کاربرد فناوری‌های نوین است. توسعه سازمان الکترونیک

به این مورد اشاره دارد که هرچه سازمان‌ها به سمت الکترونیکی شدن حرکت می‌کنند، می‌توانند اقدامات موثرتری در زمینه شفافیت بردارند. در این تحقیق، اقداماتی از قبیل تقویت زیرساخت‌های فناوری، توسعه سیستم‌های اطلاعاتی، توسعه هوشمندی سازمانی در زمینه شفافیت، توسعه خدمات الکترونیک به مشتریان و توسعه ارتباط الکترونیک با ذینفعان برای توسعه سازمان الکترونیک شناسایی گردید. از طرفی، باید تلاش شود از تکنولوژی‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی در راستای توسعه اقدامات مربوط به شفافیت و توسعه روابط با ذینفعان استفاده شود. اقدامات بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی، توسعه وب سایت، افزایش درک فناوری در بین کارکنان، پایش فناوری‌های نوین و بومی‌سازی فناوری‌های نوین در فعالیتهای سازمانی برای مولفه استفاده از فناوری‌های نوین شناسایی گردید.

نهایتاً، یکی از مهم‌ترین ابعاد در زمینه توسعه شفافیت در سازمان تامین اجتماعی مربوط به راهبردهای مدیریت منابع انسانی است. منابع انسانی سازمان نقشی تعیین‌کننده و بی‌بدیل در جهت ارتقای شفافیت دارند. در این راستا، اقدامات مدیریت منابع انسانی باید نظام‌های منابع انسانی و سیستم‌های نرم سازمانی را در جهت شفافیت سازمانی سوق دهد. در مورد نظام منابع انسانی باید گفت که کلیه زیرسیستم‌های منابع انسانی باید اولاً خود شفاف باشند و ثانیاً کارکنان را برای پشتیبانی از اقدامات شفافیت حمایت کند. در این تحقیق، اقدامات شفافیت انتصابات سازمانی، شفافیت در جذب و استخدام کارکنان، شفافیت جبران خدمات کارکنان، شفافیت ارتقای شغلی کارکنان و شفافیت نظام ارزیابی عملکرد برای زیرسیستم‌های منابع انسانی شناسایی گردید. از طرفی، سیستم‌های نرم سازمانی باید خود مشوق و حامی شفافیت باشد و بستر مناسب را برای اجرای اقدامات شفافیت فراهم کند. در این راستا، اقداماتی از قبیل شفافیت انتصابات سازمانی، شفافیت در جذب و استخدام کارکنان، شفافیت جبران خدمات کارکنان، شفافیت ارتقای شغلی کارکنان و شفافیت نظام ارزیابی عملکرد برای سیستم‌های نرم سازمانی شناسایی گردید.

همچنین انجام اقدامات در زمینه مسئولیت اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی پیامدهای متعددی به همراه دارد. این پیامدها را می‌توان در ۴ دسته پیامدهای سازمانی، پیامدهای ذینفعان، پیامدهای کارکنان و پیامدهای جامعه دسته‌بندی کرد. از یک طرف شفافیت باعث می‌شود تا سازمان تامین اجتماعی بتواند عملکرد بهتری از خود نشان دهد و در راستای اهداف چندگانه تعریف شده حرکت کند. در این تحقیق، پیامدهای سازمانی شناسایی شده شامل بهبود عملکرد سازمانی، تحقق اهداف سازمانی، نگرش مثبت به سازمان، افزایش اعتماد به سازمان و تعالی سازمانی هستند. همچنین، پیامدهای ذینفعان دربرگیرنده تأثیری است که اقدامات شفافیت بر ذینفعان سازمانی می‌گذارد. این پیامدها

مواردی چون رضایت ذینفعان، وفاداری ذینفعان، اعتماد ذینفعان، تحقق انتظارات ذینفعان و تامین منافع ذینفعان است. همچنین، اقدامات مسئولیت اجتماعی و شفافیت بر کارکنان سازمان نیز تاثیر می‌گذارند. پیامدهای شناسایی شده در ارتباط با کارکنان شامل مشارکت کارکنان، بهبود عملکرد کارکنان، رضایت کارکنان، تعهد کارکنان و رفتار شهروندی کارکنان هستند. نهایتاً، پیامدهای جامعه نیز شامل ارتقای رفاه عمومی، تقویت اخلاق‌مداری، کاهش مسائل و آسیب‌های اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه و تقویت مشارکت شهروندان هستند.

ابعاد شناسایی شده در این تحقیق با مدل‌های پایه در زمینه مسئولیت اجتماعی سازگاری دارد. مدل کارول (۱۹۹۱) که معروف‌ترین مدل در زمینه مسئولیت اجتماعی است، شامل ابعاد چهار گانه مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه است که مدل ارائه شده در این تحقیق، دو بعد مسئولیت استراتژیک و زیست محیطی را به آن افزوده و مدل کارول را توسعه داده است. البته، مولفه‌های دینی و مذهبی نیز در بعد اخلاقی گنجانده شده در سایر مدل‌ها دیده نشده است. همچنین، مدل تحقیق حاضر، با قواعد و اصول مطرح شده در ایزو ۲۶۰۰۰ نیز سازگار است و حتی شفافیت سازمانی به عنوان یکی از اصول هفت گانه مسئولیت اجتماعی در ایزو ۲۶۰۰۰ مطرح شده که در این تحقیق از این رویکرد بهره گرفته شده است. همچنین، ابعاد مسئولیت اجتماعی شناسایی شده اگرچه ویژه و خاص سازمان تامین اجتماعی است، اما با سایر مدل‌های مطرح شده در سایر سازمان‌ها از جمله مدل سینگ و میسرا^۱ (۲۰۲۱)، خامیس و اسمایل^۲ (۲۰۲۱)، قربانی و همکاران (۱۳۹۹) و ابراهیمی پور و همکاران (۱۳۹۹) همراستا است.

در تحقیقات گذشته، کمتر مدلی برای راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی و ابعاد آن طراحی شده است؛ با این وجود راهبردهای این تحقیق با آنچه در تحقیقات مختلف بدان‌ها اشاره شده است، همراستا است. برای نمونه، ساختار سه بعدی اسپناکنبرگ^۳ و همکاران (۲۰۲۰) بیشتر بر اهمیت اطلاعات در شفافیت تاکید کرده است، اما مدل این تحقیق بسیار جامع‌تر است و ابعاد مدیریتی، منابع انسانی و ساختاری را بدان افزوده است. همچنین، مدل هفت بعدی لورنکو^۴ (۲۰۱۵) نیز بر عنصر اطلاعات، تکنولوژی و سازمان در شفافیت تمرکز دارد و جنبه‌های مدیریتی و منابع انسانی را در

¹. Singh, K. and Misra

². Khamis, N. I. and Ismail

³. Schnackenberg

⁴. Lourenco

شفافیت مدنظر قرار نداده است. همچنین، مدل چهار بعدی کاشف و همکاران (۱۳۹۷) توسط مدل تحقیق به طور کامل پوشش داده شده و بسیار جامع‌تر از آن است و جنبه‌های رفتاری و انسانی را بدان افزوده است. پیشنهادهای زیر بر اساس راهبردها ارائه می‌شوند؛

- پیشنهاد می‌گردد با بهره‌گیری از ابزارهای مختلف و بهره‌گیری از آموزش و سایر روش‌های ترویجی، فرهنگ سازمانی در سازمان تامین اجتماعی به سمت حمایت از اقدامات مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی مرتبط با آن سوق داده شده شود.

- سیستم‌های سوت‌زنی و مقابله با فساد در سازمان تامین اجتماعی ایجاد گردد و حمایت‌های قانونی لازم نیز از آن انجام پذیرد.

- اسناد بالادستی و سیاست‌ها در سازمان تامین اجتماعی در جهت حمایت از اقدامات مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی مرتبط با آن تنظیم شود و بستر قانونی لازم برای اجرای این اقدامات ایجاد گردد.

- مدیران و کارکنان در سازمان تامین اجتماعی آموزش لازم را در زمینه مباحث مسئولیت اجتماعی و شفافیت سازمانی ببینند و این دانش را به اشتراک بگذارند.

- اهداف و برنامه استراتژیک برای اقدامات ارتقای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی که در این تحقیق شناسایی شد، تدوین گردد و الزامات اجرایی و نحوه پایش پیشرفت آن‌ها تعیین شود.

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

- سطوح سازمانی و همچنین بوروکراسی و تشریفات اداری مرتبط با شفافیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی کاهش یابد.

- زیرساخت‌های فناوری و همچنین سیستم‌های الکترونیک ویژه شفافیت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی طراحی و توسعه یابد.

- معیارها و شاخص‌های به کارگرفته در سیستم‌های منابع انسانی در سازمان تامین اجتماعی به صورت دقیق و شفاف برای کلیه کارکنان و مدیران تعریف شود و افراد در مورد نحوه اجرایی شدن آن‌ها کاملاً توجیه شوند.

- سیستم‌های تشویقی برای افزایش خلاقیت و نوآوری در زمینه شفافیت سازمانی ایجاد گردد و اتاق‌های فکر و طوفان مغزی برای کسب ایده‌های خلاقانه تشکیل شود.

- سیستم‌های مدیریت دانش در ارتباط شفافیت سازمانی طراحی و پیاده سازی گردد.

- سطح اعتماد و همدلی بین مدیریت و کارکنان تقویت گردد و در این بین شفافیت

سازمانی نه به عنوان مچ‌گیری و بلکه به عنوان یک رویکرد برای تقویت عدالت و کارایی سازمانی ترویج گردد.

- حمایت مدیران ارشد در زمینه طراحی و اجرای برنامه‌های شفافیت سازمانی اخذ شده و اقدامات تنبیهی در مورد ترک فعل در این حوزه توسط مدیران ایجاد گردد. پیشنهادهای زیر بر اساس پیامدها ارائه می‌شوند؛

- پیشنهاد می‌گردد سند برنامه استراتژیک در سازمان تامین اجتماعی تهیه گردد و پیشرفت اهداف تدوین شده پایش گردد.

- در سازمان تامین اجتماعی از سیستم‌های مشارکتی در زمینه تدوین و اجرای برنامه‌های شفافیت سازمانی استفاده گردد.

- سرمایه اجتماعی درون سازمانی و برون سازمانی با ذینفعان مختلف در سازمان تامین اجتماعی با برنامه‌های موثر و هدفمند تقویت گردد.

برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌گردد راهبردها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی با رویکرد شفافیت سازمانی، شرکت‌های خصوصی و سازمان‌های غیرانتفاعی و انتفاعی دیگر طراحی گردد و با الگوی تحقیق حاضر مقایسه گردد.

منابع

- ابراهیمی‌پور، حسین؛ فتحی، فاطمه؛ هوشمند، الهه؛ تقی‌پور، علی و حسینی، جواد (۱۳۹۹). وضعیت مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن در بیمارستان‌های دولتی شهر مشهد: مطالعه مقطعی. *فصلنامه مدیریت سلامت*، ۲۳ (۱)، ۱۰۲-۱۱۱.
- اکبری، محسن، آذر، عادل، مهدی حاجی محمدلو، ایوب و آل‌طه، حسن (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان. *فصلنامه علمی مطالعات منابع انسانی*، ۹ (۳۴)، ۲۴-۱.
- باقری، محمدهادی؛ عبدالوند، محمدعلی؛ طیبی، جمال‌الدین و خدایاری، بهناز (۱۳۹۹). طراحی الگو مسئولیت اجتماعی در کارآفرینی با استفاده از روش فراترکیب. *توسعه کارآفرینی*، ۱۳ (۱)، ۴۱-۶۰.
- بایرام‌پور، بهزاد؛ محمدیان‌ساروی، محسن و حقیقی، مسعود (۲۰۲۱). طراحی الگویی برای تعیین عوامل مؤثر در بروز فساد اداری و بررسی نقش نظارت و شفافیت سازمانی در پیشگیری از آن. *نظارت و بازرسی*، ۱۵ (۵۵)، ۷۱-۱۰۰.
- بدایغی، داریوش؛ اسلامبولچی، علیرضا و ربیعی، محمدرضا (۱۳۹۹). طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی برای آموزش در سازمان تأمین اجتماعی. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۱۱ (۴۲)، ۳۵۸-۳۳۹.
- پناهی، بلال (۱۴۰۰). فراتحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن در پژوهش‌های انجام شده در ایران. *نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۹ (۴)، ۶۸۳-۷۰۶.
- دیهیم‌پور، دولتی (۲۰۲۰). تأثیر شفافیت سازمانی بر پارانویید سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. *مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۳ (۷)، ۳۷۳-۳۹۸.

دیهیم پور، مهدی؛ میاننداری، کمال؛ نجاری، رضا و عابدی جعفری، حسن. (۲۰۱۸). طراحی مدل افزایش شفافیت سازمانی با رویکرد داده بنیاد در سازمان های دولتی. *فصلنامه علمی - پژوهشی آموزش علوم دریایی*، (۱)۵، ۹۵-۱۱۰.

سجاسی قیداری، حمدالله و شایان، واعظ طیبسی. (۲۰۱۹). سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان های شهرستان های کاشمر و بردسکن و خلیل آباد). *فصلنامه پژوهش های روستایی*، (۲)۱۰، ۲۰۰-۲۱۳.

شجاعی باغینی، گلنار؛ مالکی، بابک. (۱۴۰۰). طراحی الگوی جذب و نگهداری مشتریان وفادار بر مبنای مسئولیت های اجتماعی در بخش صنایع پوشاک (مورد مطالعه فروشگاه های هاگوپیان). *فصلنامه مدیریت تبلیغات و فروش*، (۲) ۱-۱۹.

صادقی مقدم، محمدرضا. (۱۳۹۱). *طراحی و تبیین الگوی هماهنگی زنجیره تأمین در سطح شبکه خودرو سازی (مطالعه موردی: ایران خودرو)*. پایان نامه دکتری مدیریت تولید و عملیات، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.

عزیزی، نرجس؛ محسنی، رضاعلی و تاج الدین، محمدباقر. (۱۳۹۷). فعالیت های داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی سازمان ها در نظام بانکی و بررسی رابطه آن با سرمایه اجتماعی. *جامعه شناسی نهادهای اجتماعی*، (۱۱)۵، ۳۱۱-۳۴۰.

خوشکار، فرزین؛ زارعی؛ جلال و لاچینی، موسی ایوبی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت در شرکت های فعال عرضه کننده محصولات بهداشتی. *فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، (۱۱)۳، ۶۹-۱۸۶.

قدردان، احسان؛ مقدم، عبدالکریم؛ سلطانیان، چیمین و شاهمرادی، شهین. (۱۳۹۹). ایفای نقش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری. *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، (۴۵)۱۲، ۷۱-۸۸.

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

کاشف، حسنا؛ تقوایی یزدی، مریم و نیاز آذری، کیومرث. (۱۳۹۷). طراحی مدل شفافیت سازمانی به منظور توانمندسازی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی. *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، (۴۴)۱۲، ۱۴۵-۱۵۸.

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

گل پور، حمیدرضا؛ نبی پور، محمد؛ اسماعیلی، مهدی و کاظمی، مهدی. (۱۴۰۱). جایگاه شفافیت و پاسخگویی در مبارزه با فساد در معاملات دولتی. *مجله نظارت و بازرسی*، ۶۰، ۷۳-۹۸.

محقر، علی و صادقی مقدم، محمدرضا. (۱۳۹۰). هماهنگی زنجیره تأمین در صنعت خودرو: رویکرد تئوری برخاسته از داده ها. *فصلنامه چشم انداز مدیریت صنعتی*، (۱)۴، ۲۹-۶۳.

مدهوشی، مهرداد و نوروزی، عباسعلی. (۱۳۹۴). تبیین الگوی ارتقاء مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان. *مطالعات مدیریت راهبردی*، (۲۳)۶، ۴۳-۶۰.

ملائی فرد، علی؛ پورکیانی، مهدی؛ بهشتی فرد، ملیکه و بیگزاد عباسی، فرزانه. (۱۴۰۰). ارزیابی تطبیقی نقش های مدیریتی بر مبنای شفافیت سازمانی و ارائه مدل بومی. *مجله اسلام و مدیریت*، (۱۷)۹، ۲۴۷-۲۷۰.

نرگسیان، عباس؛ جمالی، قاسمعلی. (۲۰۱۹). وضعیت شفافیت در سازمان‌های حاکمیتی ایران. *دولت پژوهی*، ۵(۱۸)، ۲۰۹-۲۴۳.

- Abbas, J. and Sagsan, M.(2019). Impact of Knowledge Management Practices on Green Innovation and Corporate Sustainable Development: A Structural Analysis. *Journal of Cleaner Production*, 229(19), 611-620.
- Albu, O. B. and Flyverbom, M.(2019). Organizational Transparency: Conceptualizations, Conditions, and Consequences. *Business & Society*, 58(2), 268-297.
- Auger, G. A.(2014). Trust Me, Trust Me Not: An Experimental Analysis of the Effect of Transparency on Organizations. *Journal of Public Relations Research*, 26(4), 325-343.
- Benito-Hernández, S., López-Cózar-Navarro, C. and Priede-Bergamini, T.(2021). Influence of Government Support On Proactive Environmental Strategies In Family Firms. *Sustainability*, 13(24), 13973.
- Carroll, A.B.(1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academic Management Review*. 4(4), 497-505.
- Christensen, L. T. and Cornelissen, J.(2015). Organizational Transparency As Myth And Metaphor. *European Journal of Social Theory*, 18(2), 132-149.
- Conte, F., Sardanelli, D., Vollero, A. and Siano, A.(2023). CSR Signaling In Controversial And Noncontroversial Industries: CSR Policies, Governance Structures, And Transparency Tools. *European Management Journal*, 41(2), 274-281.
- Dubbink, W., Graafland, J. and Van Liedekerke, L. (2008). CSR, Transparency And The Role of Intermediate Organisations. *Journal of Business Ethics*, 82, 391-406.
- Diez, E.B., Odriozola, M.D. and Sánchez, J.L.F.(2017). A Survey of Transparency: An Intrinsic Aspect of Business Strategy. *Business Strategy and The Environment*, 26(4), 480-489.
- Eurosif .(2016). European SRI Study. Retrieved on 22.10.2021 from address <http://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2017/11/SRI-study-2016-LR-.pdf>
- Fatima, T. and Elbanna, S.(2023). Corporate Social Responsibility(CSR) Implementation: A Review And A Research Agenda Towards An Integrative Framework. *Journal of Business Ethics*, 183(1), 105-121.
- Flyverbom, M. (2016). Digital Age| Transparency: Mediation and The Management of Visibilities. *International Journal of Communication*, 10, 13.
- García-Sánchez, I. M., Hussain, N., Khan, S. A. and Martínez-Ferrero, J.(2022). Assurance of Corporate Social Responsibility Reports: Examining The Role of internal and External Corporate Governance Mechanisms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 89-106.
- Jeon, M.M., Lee, S. and Jeong, M.(2020). Perceived Corporate Social Responsibility and Customers' Behaviors in the Ridesharing Service Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102341.
- Khamis, N. I. and Ismail, K. (2021). The Impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Image in the Construction Industry: A Case Of

- SMEs in Egypt. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 12(1), 128-146.
- Kim, H. and Lee, T. H.(2018) Strategic CSR Communication: A Moderating Role of Transparency in Trust Building. *International Journal of Strategic Communication*, 12(2), 107-124.
- KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting.(2017). *Social and Behavioral Sciences*, 213, 340-344.
- Kundeliene, K. and Leitoniene, S.(2015). Business Information Transparency: Causes and Evaluation Possibilities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 340-344.
- Liu, Y., Dai, W., Liao, M. and Wei, J.(2021). Social Status and Corporate Social Responsibility: Evidence From Chinese Privately Owned Firms. *Journal of Business Ethics*, 169, 651-672.
- Lourenco, R. P.(2015). An Analysis of Open Government Portals: A Perspective of Transparency for Accountability. *Governmental Information Quarterly*, 32(3), 323-332.
- Lowatcharin, G. and Menifield, C. E.(2015). Determinants of Internet-Enabled Transparency at the Local Level: A Study of Midwestern County Web Sites. *State and Local Government Review*, 47(2), 102-115.
- Lukman ,R., Innocent, A. and Olakunle D.O.(2015).Corporate Social Responsibility and Entrepreneurship(CSRE): Antidotes to Poverty, Insecurity and Underdevelopment in Nigeria. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 56.
- Mahmud, A., Ding, D. and Hasan, M. M. (2021). Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus (COVID-19) pandemic. *Sage Open*, 11(1), 2158244020988710.
- McLennan, S. and Banks, G.(2019). Reversing the Lens: Why Corporate Social Responsibility is not Community Development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 117-126.
- Öge, K. (2016).Which Transparency Matters? Compliance with Anti-Corruption Efforts in Extractive Industries. *Resources Policy*, 49, 41-50.
- Saldanha, D. M. F., Dias, C. N. and Guillaumon, S.(2022). Transparency and Accountability in Digital Public Services: Learning from the Brazilian Cases. *Government Information Quarterly*, 39(2), 101680.
- Schnackenberg, A. K. and Tomlinson, E. C.(2016). Organizational Transparency: A New Perspective on Managing Trust in Organization-Stakeholder Relationships. *Journal of Management*, 42(7), 1-28.
- Shahzad, F., Baig, M. H., Rehman, I. U., Saeed, A. and Asim, G. A.(2022). Does Intellectual Capital Efficiency Explain Corporate Social Responsibility Engagement-Firm Performance Relationship? Evidence From Environmental, Social and Governance Performance of Us Listed Firms. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 295- 305.
- Singh, K. and Misra, M.(2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: The Moderating Effect of Corporate Reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27, 100139.

Timothy Coombs, W. and Holladay, S. J.(2013). The Pseudo-Panopticon: The Illusion Created by CSR-Related Transparency and The Internet. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(2), 212-227.