

تحلیلی بر مشارکت کارکنان در مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی

محبوبه حیدری^۱، زهره بهزادنیا^۲، سیدعلی اصغر موسوی^۳، پیمان سرشار مقدم^۴

^۱ کارشناس مدیریت دولتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد حسابداری، غیرانتفاعی روزبهان ساری، مازندران، ایران

^۳ کارشناس مدیریت صنعتی، غیرانتفاعی مولانا آبیگ، قزوین، ایران

^۴ کارشناس ارشد ترافیک، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران

چکیده

اهمیت یافتن مسئولیت اجتماعی شرکتی برای سازمان‌ها و شرکت‌ها موضوعی قابل توجه در محافل آکادمیک شده است. یکی از ابعاد این موضوع متوجه نقش کارکنان در مسئولیت اجتماعی شرکتی است که آن را از دیدگاه‌های مدیریتی، سازمانی و فردی مورد بررسی قرار داده‌اند. بر این اساس مهمترین مساله تاثیرات متقابل مسئولیت اجتماعی شرکتی بر کارکنان بر یکدیگر است. نقش اساسی کارکنان در اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان‌های مرتبط و جذابیت‌ها و ارزش‌هایی که از طریق اعمال برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط سازمان‌ها برای کارکنان خود و ذینفعان بیرونی خلق می‌کنند، در این نوشتار به بحث گذاشته شد و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های نخبگان علمی و اجرایی به این یافته‌ها دست یافته که این موضوع را از سه زاویه باید توجه کرد؛ تاثیرات مثبتی که مسئولیت اجتماعی شرکتی بر کارکنان برای تعهد، جذب، رضایت، احساس تعلق، تقویت عملکرد وظیفه‌ای و مانند آنها دارد؛ تاثیراتی که کنش‌گری کارکنان برای جلوگیری از بی مسئولیتی اجتماعی شرکتی از طریق تقویت و پایبندی به هویت سازمانی، مراقبت از برداشت‌ها از مسائل غیرمسئولانه و پویاسازی فاصله قدرت در سازمان، دارند و تاثیراتی که کارکنان برای اجرای بهتر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان‌ها با کارآفرینی اجتماعی دارند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، مشارکت، مدیریت منابع انسانی، کارکنان، تعهد سازمانی

مقدمه و بیان مساله

کارکنان در هر سازمانی به عنوان یک گروه تاثیرگذار، سال‌هاست که در ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکتی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و از دیدگاه‌های متعددی بدان پرداخته‌اند. این ادبیات نقش‌های کارکنان در مسئولیت اجتماعی شرکتی را از دیدگاه‌های مدیریتی، سازمانی و فردی بررسی کرده است. اما موضوع مهمی که بدان توجه ویژه‌ای باید شود این است که چنانچه سازمانی بخواهد مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را به سرانجام برساند و آن را به عنوان یک فرهنگ سازمانی درآورد، آیا باید به کارکنان خود تکیه کند یا آنکه با تکیه بر ذینفعان بیرون از سازمان به پایداری فرایندهای مسئولیت اجتماعی شرکتی خود کمک کند.

سازمان‌ها و شرکت‌ها آگاهانه بخشی از منابع درآمدی خود را برای مسئولیت اجتماعی شرکتی هزینه می‌کنند. این بدان معناست که بخشی از سود شرکت که می‌توانست برای کارکنان هزینه شود در جایی دیگر خرج می‌شود که این امکان و احتمال وجود دارد که چندان مورد رضایت کارمندان و کارگرانی که در کسب درآمد نقش‌آفرین هستند، نباشد. به عبارتی در این شکل شاید مدیران سازمان‌ها به دستاوردهای مربوط به وجهه بیرونی خود توجه داشته باشند و رضایت یا عدم رضایت کارکنان چندان اهمیتی نداشته باشد. چرا که بسیاری از ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی که توسط شرکت‌ها انجام می‌شود به دنبال کمک به جامعه، اقتصاد یا محیط زیست هستند و به عنوان یک برنامه تجاری استراتژیک حیاتی اعتبار اجتماعی برای شرکت ایجاد می‌کند.

بی‌شک، شرکت‌های هوشمند تمام اهتمام خود را برای کسب اعتبار بیرون‌سازمانی قرار نخواهند داد و همراهی و اهتمام درون‌سازمانی را پایه‌ای برای حرکت مداوم و پایدار در تعالی سازمانی خود در نظر می‌گیرند. از همین جهت، مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را به عنوان جهت‌گیری‌های رفتارهای شرکتی تعریف کرده و آن را به دو بخش تقسیم می‌کنند: مسئولیت اجتماعی شرکتی داخلی و خارجی. در مسئولیت اجتماعی شرکتی داخلی عمدتاً به سیاست‌ها و رویه‌هایی اشاره می‌شود که مستقیماً با رفاه کارکنان و تیم مدیریت شرکت مرتبط هستند. به عنوان مثال، مسئولیت اجتماعی شرکتی داخلی ممکن است شامل سلامت و ایمنی کارکنان، فرصت‌های برابر، تنوع و حاکمیت شرکتی باشد. مسئولیت اجتماعی شرکتی خارجی هم مربوط به رویه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی است که به افزایش اعتبار در بین ذینفعان بیرونی آن کمک می‌کند. مسئولیت اجتماعی شرکتی خارجی ممکن است شامل کمک به خیریه‌ها، پروژه‌های توسعه اجتماعی، پروژه‌های حفاظت از محیط زیست و حیات وحش و مسائل مربوط به مصرف‌کننده باشد. بر این مبنا، همراه کردن کارکنان همواره در دستورکار مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت‌های هوشمند قرار دارد و حتی سعی دارند که کارکنان خود را برای اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی مشارکت دهند.

این نوشتار با در نظر گرفتن اینکه کارکنان نقش اساسی در اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت‌های خود دارند، به بررسی جایگاه کارکنان در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی خواهد پرداخت و سوال اصلی را بر این قرار داده که؛ مشارکت کارکنان چه تاثیری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی دارد؟

مبانی نظری:

نقطه شروع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در دهه ۲۰ میلادی باید جستجو کرد، اما به دلیل رکود بزرگ و جنگ جهانی دوم، نتوانست به عنوان موضوعی جدی تا دهه ۱۹۵۰ میان رهبران کسب و کار جایگاهی بیابد. تا اینکه، در سال ۱۹۵۱ فرانک آبرامز،

رئیس هیئت مدیره شرکت استاندارد اوایل نیوجرسی مقاله ای با عنوان «تعهدات کسب و کارها» منتشر کرد و دوباره مسئولیت اجتماعی شرکتی در کانون توجه قرار گرفت (دل گیودیس و همکاران، ۲۰۱۸) و در سال ۱۹۵۳، زمانی که دیوان عالی نیوجرسی به شرکت استاندارد اوایل اجازه داد تا به عنوان یک اقدام بشردوستانه به دانشگاه پرینستون پول اهدا کند، نخستین اقدام معنادار برای شروع مسئولیت اجتماعی شرکتها اتفاق افتاد. این تصمیم در برابر دادخواستی که توسط یکی از سهامداران استاندارد اوایل مطرح شده بود، گرفته شد، زیرا معتقد بود که این کار ثروت سهامداران را کاهش می‌دهد.

مسئولیت اجتماعی شرکت یا مسئولیت اجتماعی سازمانها از جستارهای «اخلاق کسب و کار» است که به نقش شرکتها در حوزه اجتماع می‌پردازد (دومونت و همکاران، ۲۰۱۷). مسئولیت اجتماعی شرکتی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد (روس و اوکانر، ۲۰۱۵). مسئولیت اجتماعی شرکت به معنای فعالیت‌های اجتماعی برندها و انجام کارهای نوع‌دوستانه نیز از جمله این کارها است (کالوراس، ۲۰۱۵؛ چیم و همکاران، ۲۰۲۰). مطالبه از سازمانها برای «مسئولانه عمل کردن» در قبال جامعه، موضوعی است که با گسترش روزافزون اثرگذاری آنها بر محورهای تشکیل‌دهنده توسعه پایدار یعنی «اقتصاد»، «جامعه» و «محیط زیست»، در دهه‌های پایانی قرن بیستم شدت گرفته و منجر به این شده است که مفهومی به نام مسئولیت اجتماعی سازمانها یا مسئولیت اجتماعی شرکت در دنیای مدیریت ظهور پیدا کند (بوان و ددولو، ۲۰۲۰؛ سو و سوانسون، ۲۰۱۹).

اجرای سیاستها و استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی تحت تأثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی و پیرو آن رفتارهای سبز قرار می‌گیرد (بوان و ددولو، ۲۰۲۰؛ سو و سوانسون، ۲۰۱۹). مسئولیت اجتماعی شرکتی منعکس‌کننده سیاست‌هایی برای ترویج حفاظت از محیط زیست و حفاظت از منابع است (فام و همکاران، ۲۰۱۹)، درحالی که مدیریت منابع انسانی سبز نمایانگر شیوه‌های رسمی منابع انسانی است و رفتار سبز نشان‌دهنده اقداماتی که بر پایداری محیطی تأثیرگذار هست بر عملکرد وظیفه‌ای کارکنان در جهت انجام وظایف برای حفظ پایداری اثرگذار می‌باشد (گریوز و سرکیس، ۲۰۱۸).

درخصوص اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتها اشخاصی مانند بایر (۱۹۷۲) و دراگر (۱۹۷۴) بیان می‌کردند که شرکتها باید فعالیت‌های اجتماعی را برای رفاه جامعه انجام دهند و احساس خود-مراقبتی کنند. از جانب آنها استدلال می‌شد که شرکتها سود زیادی از جامعه به دست می‌آورند و منابع طبیعی را تخریب می‌کنند، بنابراین باید به پایداری محیط زیست و سایر منابع طبیعی کمک کنند و برای ارتقای جامعه تلاش کنند. اما در مقابل، فریمن (۱۹۷۰) با بیان اینکه، شرکتها نه برای فعالیت‌های اجتماعی ساخته شده‌اند و نه در این زمینه تخصص دارند، با ایده مسئولیت اجتماعی شرکتی مخالفت کرد، زیرا اظهار می‌داشت که شرکتها نه برای فعالیت‌های اجتماعی ساخته شده‌اند و نه در این زمینه تخصص دارند، بنابراین بهتر است که محصولات باکیفیتی را برای مصرف‌کننده تولید کنند، از قوانین و مقررات قانونی پیروی کنند و در توسعه اقتصادی کشور مشارکت داشته باشند.

با اینحال محققان بسیاری از جمله استوردیوانت و گینتر (۱۹۷۷)؛ استنویک و استنویک (۱۹۹۸)؛ فومبران، گاردبرگ و سیور (۲۰۰۰)؛ میگنان و فرل (۲۰۰۱)؛ براملی، (۲۰۰۲)؛ و کاشیپ، میر و آیر (۲۰۰۶) از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط شرکت حمایت کردند و تأیید کردند که چنین اقداماتی از شرکتها نیز باید برای اطلاع مصرف‌کننده، جامعه، رقبا و دولت گزارش شود. تحقیقات و پیشرفت‌های زیادی به دنیای شرکتها وارد شد، از جمله تأثیرات متنوع آن بر شرکتها، روش‌های گزارش مسئولیت اجتماعی شرکتی. تحقیقات در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی از جمله استوردیوانت و گینتر (۱۹۷۷)؛

چرچیل و سورپرانت (۱۹۸۲)؛ مک‌ویلیامز و سیگل (۱۹۹۵)؛ پورتر و ون در لیند (۱۹۹۵)؛ هارت (۱۹۹۵)؛ جاج و داگلاس (۱۹۹۸)؛ کلاسن و مک‌لافلین (۱۹۹۶)؛ استنویک و استنویک (۱۹۹۸)؛ فومبران و همکاران (۲۰۰۰)؛ میگنان و فرل (۲۰۰۱)؛ بروملی، (۲۰۰۲)؛ هارت و همکاران (۲۰۰۳)؛ پاین (۲۰۰۳)؛ کاشیپ و همکاران (۲۰۰۶)؛ گو، سان و لی (۲۰۰۹)؛ و علی و همکاران (۲۰۱۰) بر اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتی برای رضایت و حفظ ذینفعان مختلف و عملکرد پایدار شرکت‌ها تأکید کردند. این مطالعات در زمینه‌های مختلفی از جمله مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی، رفتار مصرف‌کننده و رفتار کارکنان انجام شد.

کارکنان به عنوان یک گروه تاثیرگذار، سال‌هاست که در ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکتی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و از دیدگاه‌های متعددی بدان پرداخته‌اند. این ادبیات نقش‌های کارکنان در مسئولیت اجتماعی شرکتی را از دیدگاه‌های مدیریتی، سازمانی و فردی بررسی کرده است. تحقیقات بسیاری در رشته‌های مختلفی مانند علوم سازمانی، علوم پایداری و روانشناسی سازمانی و همچنین از دیدگاه‌های نظری متعددی مانند نظریه فرهنگ سازمانی، نظریه شناسایی سازمانی و نظریه ذینفعان انجام شده است.

در ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، کارکنان اغلب به عنوان ذینفعان کلیدی مسئولیت اجتماعی شرکتی شناخته می‌شوند که در کنار سایر ذینفعان، سازمان‌ها را به سمت رفتار مسئولانه سوق می‌دهند (اونکیلا و همکاران، ۲۰۲۱). برخی از نظریه‌پردازان تاثیرگذاری ذینفعان را در دو سطح مورد توجه قرار می‌دهند و کارکنان را «ذینفعان اولیه» در شرکت دانسته و باور دارند "تأثیرات متفاوتی بر مسئولیت اجتماعی شرکتی از سوی ذینفعان مختلف وجود دارد. گروه‌های ذینفع را می‌توان به دو نوع ذینفعان اولیه و ثانویه تقسیم کرد. ذینفعان اولیه مانند مصرف‌کنندگان، مدیران داخلی و کارمندان و شرکای تجاری، منافع مستقیمی در شرکت دارند. ذینفعان ثانویه شامل دولت‌ها، رسانه‌ها، جامعه محلی و سازمان‌های مردم‌نهاد در مقابل ذینفعان اصلی قرار دارند، به این معنی که آنها منافع غیرمستقیمی در شرکت دارند. طبق تحقیقات، انواع مختلف ذینفعان از جنبه‌های مختلف بر مسئولیت اجتماعی شرکتی تأثیر می‌گذارند" (ژائو و همکاران، ۲۰۲۱).

از زمان نگارش نخستین یافته‌های پژوهشی، نقش کارکنان در سوق دادن شرکت‌ها به سمت مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی شناخته شده است. به عنوان مثال، هنریکس و سادورسکی (۱۹۹۹) کارکنان را در میان ذینفعان سازمانی شناسایی کردند که خواستار حفاظت از محیط زیست توسط کسب‌وکارها هستند، چیزی که سپس توسط شارما و هنریکس (۲۰۰۵) و پریکس و همکاران (۲۰۰۹) مورد حمایت قرار گرفته است. کارکنان اغلب به ابتکارات و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان علاقه مستقیم نشان می‌دهند (راپ و همکاران، ۲۰۰۶). آنها از طریق علاقه خود، دائماً عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان را قضاوت می‌کنند (سارینا، ۲۰۱۳). اخیراً، دیدگاه‌هایی که کارکنان را به عنوان ذینفعان در مسئولیت اجتماعی شرکتی موثر دانسته‌اند، متنوع شده‌اند. در این دیدگاه‌ها علاوه بر توانایی کارکنان در تأثیرگذاری بر سیاست‌ها و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی در میان سایر ذینفعان، بر مشارکت کارکنان در سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، به ویژه ابزارها و مزایای آن نیز مورد توجه بوده است (به عنوان مثال، به ژو و همکاران، ۲۰۱۸ مراجعه کنید). با این حال، کارکنان ابزارهای کمتری برای اتخاذ یا مشارکت در سیاست مسئولیت اجتماعی شرکتی یک سازمان دارند (لینلوک و گریفیتس، ۲۰۱۰). بنابراین، نقش و رابطه کارکنان با مسئولیت اجتماعی شرکتی چندوجهی‌تر از آن چیزی است که در ابتدا تصور می‌شد. آنها ممکن است نه تنها در پیشبرد سازمان‌ها و تأثیرگذاری بر سیاست‌های مسئولیت اجتماعی

شرکتی، بلکه در اجرا و تشویق مسئولیت اجتماعی شرکتی، تجربه نتایج مسئولیت اجتماعی شرکتی یا فقدان آن و در ارزیابی رویکردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی نیز نقش داشته باشند. با این حال، ادبیات نظری موجود هنوز فاقد وضوح مفهومی در مورد رابطه کارمند-مسئولیت اجتماعی شرکتی است.

تحقیقات موجود بر اساس تفاوت در ادراکات و رویکردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی در بین کارکنان، گونه‌شناسی‌هایی نیز ایجاد کرده‌اند. به عنوان مثال، دو و همکاران (۲۰۱۵) دسته‌هایی از ایده‌آل‌گرایان، علاقه‌مندان و بی‌تفاوت‌ها را بسته به تقاضای آنها برای مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمانی شناسایی کردند. رودریگو و آرناس (۲۰۰۸) کارمندان را بر اساس نگرش آنها نسبت به اجرای برنامه مسئولیت اجتماعی شرکتی دسته‌بندی کردند. اونکیلا (۲۰۱۵) دیدگاه‌های کارمندان در مورد به‌کارگیری مسئولیت اجتماعی شرکتی یک سازمان را بر اساس استدلال‌ها و پاسخ‌های احساسی آنها دسته‌بندی کرد.

یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد هم عوامل جمعیت‌شناختی، مثلاً مربوط به تحصیلات و شرایط زندگی کارکنان، و هم تفاوت‌های ناشی از عوامل سطح سازمانی تأثیرگذارند. در مورد عوامل جمعیت‌شناختی، به عنوان مثال، لو و همکاران (۲۰۱۷) و روزاتی و همکاران (۲۰۱۸) نشان می‌دهند که سن، جنسیت، سطح تحصیلات، محل زندگی، سطح درآمد و وضعیت تأهل بر رفتار مسئولیت اجتماعی شرکتی کارکنان تأثیر می‌گذارد. ویتل و هیدالگو (۲۰۰۶) افزودند که برداشت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی به کشور محل سکونت نیز بستگی دارد. فاروق و همکاران (۲۰۱۴) از این دیدگاه حمایت می‌کنند که تفاوت‌های سطح سازمانی می‌تواند تفاوت‌ها در برداشت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را بهتر توضیح دهد - آنها نشان می‌دهند که چگونه تجربیات کارکنان از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، برداشت‌های آنها از مسئولیت اجتماعی شرکتی را توضیح می‌دهد. کیم، کیم و همکاران (۲۰۱۷) اضافه می‌کنند که برداشت‌های کارکنان نیز توسط رفتار سبز همکاران شکل می‌گیرد. ناگزیر، ادراکات کارکنان نیز تحت تأثیر باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های زیست‌محیطی شخصی آنها قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، چو (۲۰۱۴) و هوپر و هیرش (۲۰۱۷) معتقدند که آنها یک عامل تعدیل‌کننده مهم برای رفتار زیست‌محیطی کارکنان هستند.

پیشینه تحقیق

تحقیق و پژوهش در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکتی بسیار مفصل است، اما به صورت خاص درباره تأثیر کارکنان در اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی چندان گسترده نیست. در ایران به دلیل سابقه کم مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی تنوع کمتری وجود دارد و تأثیرگذاری متقابل مسئولیت اجتماعی شرکتی و کارکنان چندان گسترده نیست. با اینحال به چند مورد می‌توان اشاره کرد.

لاجوردی و قاسمی (۲۰۱۲) یک مطالعه پیمایشی انجام دادند که طی آن ادراک ۱۴۲ نفر از کارکنان ایرانی را درباره اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمانی‌شان بررسی کرده، ساختار عوامل ادراک‌شده مسئولیت اجتماعی شرکتی را استخراج کرده و نشان می‌دهند دید کارکنان چگونه می‌تواند اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی را جهت‌دهی کند.

همین دو پژوهشگر در مطالعه‌ای دیگر در سال ۲۰۱۳ پیوند میان ادراک مسئولیت اجتماعی شرکتی و تعهد سازمانی کارکنان را در نمونه‌های ایرانی بررسی کرده‌اند و نشان داده‌اند ادراک مثبت مسئولیت اجتماعی شرکتی با افزایش تعهد و کاهش نیت ترک خدمت مرتبط است.

تنگستانی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان بررسی مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد وظیفه‌ای کارکنان طی مطالعه‌ای کاربردی، رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتی با عملکرد وظیفه‌ای کارکنان را بررسی کرده و نقش میانجی مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار سبز را آزموده است و بر مسیرهای درونی سازمانی که کارکنان از طریق آن اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی را تحقق می‌بخشند، تأکید داشته است.

لاجوردی (۱۴۰۱) نیز در مقاله «تأثیر فرهنگ و رهبری بر درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی شرکتی» مطالعه‌ای کرده که نشان می‌دهد سبک رهبری و فرهنگ سازمانی بر ادراک کارکنان از اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی و در نتیجه بر مشارکت آنان تأثیرگذار است.

اکبری (۱۳۹۸) در مقاله «نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی»، مسیرهای میانجی (مانند درگیری شغلی و رضایت) بین ادراک مسئولیت اجتماعی شرکتی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان را بررسی کرده و بیان داشته کارکنان از طریق این متغیرها اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی را تقویت یا تضعیف می‌کنند.

مطالعه فرحبد و شادمان (۱۴۰۲) با عنوان «درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی شرکتی در سطح خرد» یک پژوهش کیفی مبتنی بر مصاحبه با کارکنان (نمونه ۴۰ نفر) است که گفتمان داخلی کارکنان نسبت به اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت‌ها را تحلیل کرده و نشان می‌دهد چگونه کارکنان تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی کارفرمایان را تبیین و عقلانی‌سازی می‌کنند.

مقاله جاهد تقی دیزج و سلماسیان (۱۴۰۳) درباره «مسئولیت اجتماعی کارکنان و ارتباط آن با وجدان کاری» مسئله مسئولیت اجتماعی کارکنان را با متغیرهای وجدان کاری، اخلاق و پاسخگویی فردی مرتبط می‌سازند و نشان می‌دهند ابعاد شخصیتی و نگرشی کارکنان بر اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی اثرگذار است.

در مطالعات خارجی، تنوع بیشتری وجود دارد. به عنوان مثال، سان و یو (۲۰۱۵) رابطه مثبتی بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد کارکنان نشان دادند. گلاواس و پیدریت (۲۰۰۹) و قارلقی و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که به نظر می‌رسد مسئولیت اجتماعی شرکتی به ویژه خلاقیت را در بین کارکنان افزایش می‌دهد. به طور خاص، گلاواس و پیدریت (۲۰۰۹) تأکید می‌کنند که کارکنانی که سطوح بالاتری از مسئولیت اجتماعی شرکتی را درک می‌کنند، مشتاق‌تر به مشارکت و همچنین مشارکت خلاقانه هستند. ولف (۲۰۱۳) بیان می‌کند که مشارکت کارکنان تا حدودی رابطه بین عملکرد شرکت و اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی را تعدیل می‌کند، بوچیونینه و کازلاوسکایته (۲۰۱۲) اظهار داشتند که ارتباط روشنی بین مدیریت منابع انسانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و نتایج عملکرد وجود دارد. در این مورد، رابطه مثبت مستلزم سیاست‌های توسعه‌یافته مسئولیت اجتماعی شرکتی است. فالیه و تراهان (۲۰۱۱) نشان دادند که این شیوه‌ها به طور قابل توجهی از نتایج مالی شرکت نیز بیشتر هستند و بنابراین از آنها پشتیبانی می‌کنند. موثوری و همکاران (۲۰۰۹) از دیدگاه مزایای داوطلبانه کارکنان حمایت می‌کنند، زیرا فرصت‌هایی را برای ایجاد مشارکت‌های جدید ایجاد می‌کند. علی و همکاران (۲۰۱۰). در مقاله خود سعی دارند تأثیر مثبت و منفی مسئولیت اجتماعی شرکتی بر کارکنان را درک کند و با بیان این نکته که مسئولیت اجتماعی شرکتی برای رشد کلی و انگیزه کارکنان هر سازمانی بسیار مهم است، نتیجه‌گیری می‌کنند. در این مقاله بیان

می‌شود که اگر شرکت‌ها می‌خواهند کارکنان را راضی نگه دارند و آنها را به سمت تعهد سازمانی ترغیب کنند، باید در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت کنند.

با توجه به این تحقیقات در نوشتار حاضر سعی خواهد شد نگاهی فراتحلیلی نسبت به رابطه کارکنان و مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشد. لذا در این مقاله تاکیدی همه جانبه و چندبعدی به رابطه میان کارکنان، مسئولیت اجتماعی شرکتی و سازمان خواهد داشت.

روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش نظرسنجی از طریق مصاحبه با نخبگان است، که یکی از روش‌های کیفی در پژوهش‌های علمی است و هدف آن دریافت دیدگاه‌های عمیق و تخصصی از افراد دارای دانش، تجربه یا جایگاه ویژه در یک حوزه خاص است. انتخاب نخبگان بر مبنای نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود؛ یعنی افرادی انتخاب می‌شوند که: تخصص علمی یا تجربی در حوزه مورد نظر دارند، دارای نفوذ یا تصمیم‌گیری در زمینه موضوع هستند، یا آثار علمی و پژوهشی مرتبط دارند. تعداد نمونه در این پژوهش ۱۰ نفر بودند که اشباع نظری لازم را در مسیر پژوهش فراهم آورند. این نخبگان اجرایی شامل پنج مدیر اجرایی در شرکت، سه فعال اجتماعی که در بخش خصوصی کار می‌کردند و دو نفر از استادان دانشگاه بودند که سابقه حضور در پست‌های مدیریتی شرکت‌ها را داشتند. همه این اشخاص از جمله کسانی هستند که درخصوص مسئولیت اجتماعی شرکتی فعالیت اجرایی و یا علمی داشته‌اند.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها به صورت مصاحبه‌ها نیمه‌ساختاریافته هستند؛ یعنی چارچوب کلی پرسش‌ها از قبل مشخص بوده و در طی مصاحبه براساس پاسخ‌های ارائه شده، پرسش‌های تکمیلی پرسیده شد. سوالات هم غالباً تجربی (برای شناخت تجربه‌های واقعی نخبگان) بود و هم به صورت حضوری و هم تلفنی انجام شد. تحلیل داده‌ها هم کیفی و مضمون‌محور (Thematic Analysis) بوده است. لذا بعد از پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها، کدگذاری (شناسایی مفاهیم کلیدی) گردید و مضامین اصلی استخراج شدند.

نکته قابل توجه آن که پس از استخراج مضامین اصلی برآمده از مصاحبه‌ها با بهره‌گیری از ادبیات مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت و رابطه آن با کارکنان، به آن مضامین بسط داده شد.

یافته‌های تحقیق

دیدگاه‌هایی که درباره تاثیر کارکنان بر مسئولیت اجتماعی ارائه و گردآوری شده را در سه دسته کلی می‌توان قرار داد: تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارکنان؛ تاثیر کارکنان بر بی مسئولیتی اجتماعی شرکت؛ تاثیر کارکنان بر مسئولیت اجتماعی. در ادامه اهم این یافته‌ها به بحث گذاشته خواهد شد.

ایجاد اعتبار برای شرکت و جذب کارکنان ماهرتر به سازمان

چندین اثر مثبت مسئولیت اجتماعی شرکتی بر کارکنان وجود دارد. از جمله اثرات ناشی از فعال بودن یک شرکت یا سازمان در مسئولیت اجتماعی شرکتی این خواهد بود که شرکت وجهه مثبتی در سطح جامعه و اجتماع پیرامونی خود به دست می‌آورد. این وجهه مثبت باعث جذب اشخاص برای حضور در این شرکت می‌شود. چرا که، مسئولیت اجتماعی شرکتی باعث ایجاد اعتبار برای شرکت می‌شود و کارکنان را برای پیوستن به سازمان جذب می‌کند، زیرا آنها درک می‌کنند که شرکت به استانداردهای اخلاقی عمل می‌کند که برای شرایط کاری آنها مفید خواهد بود. مسئولیت اجتماعی شرکتی محیطی را ایجاد می‌کند که به کارکنان فرصت‌های رشد برابر می‌دهد. با ارائه چیزی به جامعه، کارکنان احساس انگیزه می‌کنند و این به نوبه خود تعهد سازمانی آنها را بهبود می‌بخشد. شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت اغلب باعث می‌شود کارکنان احساس کنند که شرکت به نیازهای آنها اهمیت می‌دهد و بنابراین آنها انگیزه پیدا می‌کنند که به شرکت بچسبند. درک سطح بالای مسئولیت اجتماعی شرکتی به کارکنان کمک می‌کند تا احساس کنند که بخشی از شرکت هستند و این قطعاً عملکرد شغلی آنها را بهبود می‌بخشد. شرکت می‌تواند از فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکتی بهره‌مند شود زیرا می‌تواند دینفعان زیادی را که علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در شرکت هستند، جذب کند. فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکتی روابطی بین شرکت، کارکنان و سایر اعضای مختلف جامعه ایجاد می‌کند که می‌تواند در رشد شرکت مؤثر باشد.

افزایش تعهد کارکنان با ایجاد احساس تعلق قوی و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی

موضوع دیگر که برآمده از درک نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی در مشارکت کارکنان و پیشبرد عملکرد سازمانی می‌باشد، نشان‌دهنده آن است که مداخلات مسئولیت اجتماعی شرکتی تعهد کارکنان را نسبت به سازمان افزایش می‌دهد. تحقیقات ثابت کرده که مسئولیت اجتماعی شرکتی از تعهد سازمانی کارکنان پشتیبانی می‌کند (سیل، ۲۰۱۲). اعمال خوب شرکت‌ها، کارکنان را ترغیب می‌کند تا با دیگران در خارج از سازمان‌ها بحث کنند و احساس تعلق قوی به سازمان داشته باشند. برای به دست آوردن حداکثر مزایای مسئولیت اجتماعی شرکتی، کارکنان باید در تصمیم‌گیری در مورد اینکه کدام اقدامات باید در رابطه با محیط زیست، جامعه، خود کارکنان و موارد مشابه انجام شود، مشارکت داشته باشند. هرچه کارکنان بیشتر تحت تأثیر اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی قرار گیرند، تعهد سازمانی آنها بالاتر خواهد بود و در نتیجه بهره‌وری آنها افزایش می‌یابد. اگر اکثر کارکنان به سازمان متعهد باشند و در سطح بالاتری عمل کنند، مطمئناً بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت خواهد گذاشت. علاوه بر این، مسئولیت اجتماعی شرکتی خود با ایجاد شهرت مثبت شرکت نزد سایر دینفعان از جمله مشتریان، سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان و دولت، تأثیرات مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد که منجر به تصمیمات مطلوب این دینفعان در رابطه با شرکت می‌شود. شهرت «انجام کار خیر» همچنین مزایای رقابتی زیادی را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند که مجدداً بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت می‌گذارد. ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و تعهد کارکنان، مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد سازمانی و تعهد سازمانی و عملکرد سازمانی توسط بسیاری از محققان در مطالعات مختلف بررسی شده است.

رضایت شغلی بهتر در کارمندان

رضایت شغلی برای کارمندان بسیار مهم است و تحقیقات نشان می‌دهد شرکتی که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را انجام می‌دهد، رضایت شغلی بهتری را در کارمندان ایجاد می‌کند (کوه و بو، ۲۰۰۱). با این حال، اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکتی داخلی و خارجی دو جنبه متفاوت هستند که باید توسط شرکت به طور مؤثر مدیریت شوند تا انگیزه کارمندان حفظ شود. شرکت‌هایی که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خارجی را انجام می‌دهند، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی داخلی را نیز انجام می‌دهند و این به نوبه خود باعث می‌شود کارمندان به شرکت بچسبند. شرکت‌های کوچک‌تر، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتری را انجام می‌دهند و این به نوبه خود به کارمندان کمک می‌کند تا از سازمان احساس رضایت کنند. به طور کلی، می‌توان گفت شرکت‌هایی که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را انجام می‌دهند، در مقایسه با شرکت‌هایی که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را انجام نمی‌دهند، وضعیت بهتری دارند.

تقویت عملکرد وظیفه‌ای از طریق افزایش دانش، مهارت‌ها و ارزش‌های کارکنان و یادگیری مهارت‌های جدید مربوط به خدمات محیطی

با توجه به تعریفی که از عملکرد وظیفه‌ای وجود دارد و همانا مربوط به تلاش‌های کارکنان برای افزایش بهره‌وری شرکت‌ها و ایجاد انتظارات اجتماعی فراتر از حد انتظار است (آگوینیس و گالواس، ۲۰۱۲؛ آکرمی و همکاران، ۲۰۱۸)، یک فرض اساسی وجود دارد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد وظایف کارکنان تأثیر می‌گذارد. مسئولیت اجتماعی شرکتی هنجارهای سازمانی و حس عضویت را برای کارکنان فراهم می‌کند که هویت سازمانی را تشویق می‌کند. سپس این امر بر کارکنان تأثیر می‌گذارد و در نتیجه عملکرد کار را بهبود می‌بخشد.

از این منظر، عملکرد وظیفه‌ای، عملکرد مفهومی فراتر از داده یا ستاده دارد و عبارت است از مجموع رفتارهای مرتبط با شغل که افراد از خود نشان می‌دهند (دی روک و فاروق، ۲۰۱۸). به عبارت دیگر عملکرد وظیفه‌ای مجموعه‌ای از تعهدات مشخصی است که کارمند باید برای دریافت حق الزحمه و یا تداوم استخدامش انجام دهد. از این رو مسئولیت اجتماعی شرکتی که به عنوان اقدامات مسئولانه یا طرفدار محیط‌زیست توصیف می‌شود و ارزش‌گذاری پایداری محیطی را نشان می‌دهد و عملکرد کارکنان نیز به عنوان کمیت و کیفیت انجام وظیفه تعریف می‌شود، منعکس‌کننده دانش، مهارت‌ها و قابلیت‌ها در محل کار است، و منجر به نتایج مثبت می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکتی به دو دلیل عملکرد کارکنان را بهبود می‌بخشد: اول اینکه دانش، مهارت‌ها و ارزش‌های کارکنان را افزایش داده و به آنها می‌افزاید. دوم، مهارت‌های جدید آموخته می‌شوند و دانش در محیط خدمات به دست می‌آید، با کارکنانی که ضایعات و منابع بازیافت را کاهش می‌دهند که هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و درعین حال به اهداف زیست‌محیطی نیز دست می‌یابد.

تأثیرگذاری در تغییر رفتار و نگرش کارکنان و انطباق با رفتارهای زیست محیطی

مسئولیت اجتماعی شرکتی نقش مهمی در مشارکت کارکنان در رفتارهای طرفدار محیط زیست دارد. نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان نتیجه نشانه‌های اطلاعاتی در زمینه رفتار سبزی است که از محیط کار دریافت می‌کنند. همچنین بر اساس نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی، کارکنان نشانه‌های اطلاعاتی دریافتی از محیط کار را پردازش می‌کنند و رفتارهای محل کار خود را

بر این اساس اتخاذ می‌نمایند. مسئولیت اجتماعی شرکتی در تغییر رفتار و نگرش کارکنان تأثیرگذار است. برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی به کارکنان یادآور می‌شود که رفتارهایشان را مطابق با رفتارهای زیست محیطی تطبیق دهند.

رفتار شهروندی سازمانی نسبت به محیط که پس‌آمد تغییر رفتار و نگرش کارکنان می‌باشد می‌تواند در ذیل مسئولیت اجتماعی شرکتی جایگاه ویژه‌ای یابد. به عبارتی رفتار شهروندی سازمانی نسبت به محیط به طور قابل توجهی بر عملکرد پایدار تأثیر می‌گذارد. مسئولیت اجتماعی شرکت عاملی موثر در شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز برای ارتقای عملکرد پایدار از طریق رفتار شهروندی سازمانی نسبت به محیط است.

روابط بهتر کارکنان

کارمندان وقتی برای سازمان‌هایی که، به شیوه‌های مختلف التزام به انجام مسئولیت اجتماعی شرکتی پایبند هستند، کار می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که با همکاران خود رفتارهای مشارکتی داشته باشند. اگر کارفرمایان آنها کار درست را انجام دهند، احتمال بیشتری وجود دارد که این رفتارها در محل کار با همسالانشان الگوبرداری شود. به همین ترتیب، ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی، روابط نزدیک‌تری بین کارمندان ایجاد می‌کند و به آنها کمک می‌کند تا به طور مؤثرتری همکاری کنند، خلاقانه‌تر با هم کار کنند و از زمان خود در محل کار بیشتر لذت ببرند.

افزایش مشارکت کارکنان

مسئولیت اجتماعی شرکتی با کمک به کارمندان برای یافتن هدف از طریق کارشان، به آنها کمک می‌کند تا احساس مشارکت بیشتری داشته باشند. از طریق آگاه‌سازی بیشتر کارکنان از کاری که سازمان‌شان در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکتی انجام می‌دهد، و با حمایت و تجلیل از این تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، کارکنان به طور فعال‌تری درگیر می‌شوند و در کل عملکرد بهتری دارند.

حفظ کارکنان و ایجاد نیروی کار پایدارتر

مشارکت کارکنان در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی بر حفظ کارکنان نیز تأثیر می‌گذارد. وقتی کارکنان نسبت به شرکت و تلاش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود احساس مثبتی دارند، احتمال کمتری دارد که به دنبال شغل دیگری باشند. کارکنان مثبتی که روابط بین فردی قوی در محل کار دارند و ارزش‌های مشترکی با کارفرمایان خود دارند، بیشتر مایل به فراتر رفتن از وظایف خود هستند. به صورت کلی، انسان‌ها می‌خواهند شغلی را در اولویت قرار دهند که در آن احساس کنند می‌توانند «تأثیرگذار» باشند؛ فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی این پتانسیل را دارند که بر استخدام و همچنین حفظ کارکنان تأثیر زیادی بگذارند. سازمان‌هایی که به دنبال ایجاد نیروی کار پایدارتر و متعهدترند، مسئولیت اجتماعی شرکتی را در اولویت قرار می‌دهند.

کارکنان و بی‌مسئولیتی اجتماعی شرکتی

با توجه به اهمیت کارکنان به عنوان ذینفعان داخلی در کمک به سازمان‌ها برای مدیریت مسائل بی‌مسئولیتی اجتماعی شرکتی از طریق صدای خود، باید درک خود را از انگیزه‌های کارکنان برای ابراز وجود بررسی کرد. عملکرد کارکنان به عنوان ذینفعان

داخلی در کمک به سازمان‌ها برای مدیریت مسائل بی‌مسئولیتی اجتماعی شرکتی را از چند منظر می‌توان بررسی کرد که در ادامه به مهمترین آنها می‌توان اشاره کرد:

هویت سازمانی، محرک مهمی برای کارکنان در مواجهه با مسائل غیرمسئولانه است. کارکنانی که به سازمان خود هویت می‌بخشند، بیشتر احتمال دارد که مسائل غیرمسئولانه را به عنوان مشکلات جدی درک کنند (تشخیص بالای مشکل)، احساس کنند که شخصاً درگیر مسئله هستند (تشخیص بالای مشارکت) و معتقدند که توانایی ایجاد تغییر را دارند (تشخیص محدودیت پایین). هویت سازمانی، که شامل همسو کردن اهداف و ارزش‌های سازمانی با باورهای خود کارمندان است، بسیار مهم است. این هویت به عنوان یک محرک اساسی عمل می‌کند و کارمندان را تشویق می‌کند تا مسائل بی‌مسئولیتی اجتماعی شرکتی را تشخیص دهند و نظرات سازنده خود را برای رسیدگی به آنها به اشتراک بگذارند.

برداشت‌ها از مسائل غیرمسئولانه، بر تمایل کارکنان برای مشارکت در حل مسائل تأثیر می‌گذارد. برداشت کارکنان در مورد این مسائل، آنها را ترغیب می‌کند تا به طور فعال با سرپرستان و همکاران خود ارتباط برقرار کنند تا به مشکل رسیدگی کنند و از سازمان خود در یافتن راه‌حل‌ها حمایت کنند. میزان توانایی کارکنان در ایفای نقش به عنوان عوامل اخلاقی ارزشمند در پرداختن به مسائل غیرمسئولانه در یک سازمان، به این بستگی دارد که سازمان‌ها چگونه به طور مداوم یک محیط و فرهنگ داخلی حمایتی را پرورش می‌دهند و همچنین با مشارکت دادن کارکنان و همسو کردن آنها با اهداف و ارزش‌های مشترک، هویت قوی را تقویت می‌کنند. با توانمندسازی و مشارکت دادن کارکنان، سازمان‌ها می‌توانند این چالش‌های اخلاقی را بهتر مدیریت کنند.

پویایی فاصله قدرت، سطح پایین‌تر فرهنگ فاصله قدرت، محیطی حمایتی از مطالبه‌گری را ایجاد می‌کند. وقتی کارمندان درک می‌کنند که سازمانشان برای برابری در تصمیم‌گیری ارزش قائل است و تفاوت‌های قدرت را به حداقل می‌رساند، اگر تبعیض داخلی را یک مشکل جدی بدانند، احتمال بیشتری دارد که به رفتار کلامی روی آورند. پویایی فاصله قدرت ارتباط نزدیکی با رفتار کلامی کارمندان دارد، زیرا صحبت کردن در مورد مسائل اغلب شامل ریسک‌پذیری است. سازمان‌ها باید به برداشت‌های مشترک از قدرت در فرهنگ خود توجه زیادی داشته باشند. رهبران باید به طور فعال این جنبه از فرهنگ سازمانی را مدیریت کنند تا اطمینان حاصل شود که کارمندان احساس قدرت می‌کنند تا نظرات خود را بدون ترس به اشتراک بگذارند و در نتیجه یک محیط باز برای رسیدگی به مسائل بی‌مسئولیتی اجتماعی شرکتی ایجاد شود. متخصصان و رهبران سازمانی باید نقش حیاتی کارمندان را به رسمیت بشناسند، به ویژه هنگامی که چالش‌هایی مانند بی‌مسئولیتی اجتماعی ایجاد می‌شود.

مسئولیت اجتماعی شرکتی و مشارکت کارکنان از طریق کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی با هدف ایجاد ارزش اجتماعی و پرداختن به چالش‌های اجتماعی از طریق یک سازمان برای کسب و کار است و ارتباط نزدیکی با مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی دارد. بدان گونه که معمولاً توسط کارمندی انجام می‌شود که مبتکر بوده و مایل است برای ایجاد تغییر به جامعه کمک کند. از این نظر ارتباط نزدیکی با مشارکت کارکنان دارد.

کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به عنوان روشی نوآورانه برای شرکت‌ها در ارائه راه‌حل‌هایی برای مسائل مهم جهانی انگیزه‌های ابزاری، اخلاقی و رابطه‌ای خود را برای انجام این کار ارائه دهد و به شرکت‌ها کمک کند تا در مسئولیت اجتماعی شرکتی با

ارائه رویکردی جامع و استفاده از منابع، دانش، استعداد، هوش و مهارت‌های شرکت برای ایجاد تأثیر اجتماعی مثبت، استراتژیک‌تر شوند. علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی روشی مؤثر برای درگیر کردن ذینفعان داخلی در مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت است تا به آن کمک کند تا علاوه بر مأموریت خود برای کسب سود، به مأموریت اجتماعی خود دست یابد.

کارآفرینی اجتماعی اجتماعی می‌تواند به سطح بالایی از مشارکت کارکنان منجر شود که شرایط مطلوبی با هدف سازمانی است که نشان‌دهنده مشارکت کارکنان، تعهد، اشتیاق، تلاش متمرکز و انرژی است. مشارکت کارکنان اغلب به عنوان حالتی از ذهن و رفتاری تلقی می‌شود که کارمندان و کارفرمایان را فراتر از الزامات نقش رسمی مرتبط می‌کند. بر اساس تئوری تعامل (کان، ۱۹۹۰؛ ریچ، لپین و کرافورد، ۲۰۱۰)، مسیرهای مشارکت شامل معناداری و هدف در کار، در دسترس بودن روانشناختی و ایمنی روانی است. شبکه اجتماعی درون شغلی ممکن است برای آن دسته از کارمندانی که مایلند کارشان به چالش‌های اجتماعی و محیطی کمک کند، معنی‌داری و هدف بیشتری را در کار تقویت کند.

علاوه بر این، کارآفرینی داخلی اجتماعی شکلی از ایجاد شغل است. در ایجاد شغل، کارکنان به طور فعال نقش‌های کاری خود را گسترش می‌دهند یا اصلاح می‌کنند تا جنبه‌هایی را که به نظر آنها مهم هستند را شامل شوند. در این منظر، کارکنان ممکن است مسئولیت اجتماعی شرکتی را به عنوان بخشی از نقش خود در یک شرکت به عنوان راهی برای مشارکت بیشتر در مسئولیت اجتماعی شرکتی در نظر بگیرند.

کارآفرینی داخلی اجتماعی می‌تواند به برآوردن نیازهای کارکنان کمک کند، زیرا معمولاً توسط کارمند به صورت داوطلبانه (مستقل)، با استفاده و افزایش نوآوری، مهارت‌ها و استعداد (شایستگی)، به منظور کمک به دیگران در جامعه (ارتباط) هدایت می‌شود. این، به نوبه خود، می‌تواند منجر به سطوح بالایی از رضایت شغلی، تعهد عاطفی و حفظ شود. هنگامی که کارمندان با حمایت کارفرمای خود در معرض نوآوری اجتماعی قرار می‌گیرند، می‌تواند اثر سرریز داشته باشد، و حتی ممکن است یک کانال چالش برانگیزتر برای مشارکت دادن کارکنان در مسئولیت اجتماعی شرکتی باشد، زیرا کارآفرینی اجتماعی نیاز به اقدام کارآفرینانه و نوآوری به عنوان نیروهای محرک دارد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند یک پلت فرم قوی برای نوآوری اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی ارائه دهد، زیرا شبکه امنیت و ایمنی را برای کارکنان فراهم می‌کند که ممکن است برخی از کارآفرینان اجتماعی فاقد آن باشند. استفاده از زمان و منابع شرکت، با حمایت و تشویق شرکت، ممکن است به کارآفرینان اجتماعی کمک کند تا بر کمبود منابع خود غلبه کنند. با این حال، برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی اغلب به جای حمایت فعالانه از کارآفرینان اجتماعی و ارائه فرصت‌های سرمایه‌گذاری که می‌تواند تأثیر آن‌ها را به حداکثر برساند، واکنشی باقی می‌مانند.

برخی از کارمندان برای موفقیت در تلاش‌های خود، از جمله از طریق سرمایه‌گذاری تأثیرگذار، شروع به جستجوی منابع و پشتیبانی خارجی می‌کنند. سرمایه‌گذاری تأثیری به ارائه حمایت‌های مالی و سایر انواع حمایت از شرکت‌های اجتماعی و سازمان‌های تأثیرگذار اجتماعی با هدف کسب بازده اجتماعی و مالی سرمایه‌گذاری اشاره دارد. از آنجایی که سرمایه‌گذاری تأثیرگذار به تدریج به بخشی از مسئولیت اجتماعی شرکتی تبدیل می‌شود، با تعداد فزاینده‌ای از شرکت‌ها که سرمایه‌گذاری تأثیرگذار را به برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی و سرمایه‌گذاری مسئولیت‌پذیر اجتماعی خود اضافه می‌کنند، فرصت بسیار خوبی برای شرکت‌ها وجود دارد تا روی کارآفرینان اجتماعی خود سرمایه‌گذاری کنند. تأمین بودجه و کمک‌های مالی

برای تأثیر اجتماعی که نوآوری اجتماعی را تشویق می‌کند، می‌تواند راهی قدرتمند برای همسوسازی کارآفرینی اجتماعی اجتماعی با مسئولیت اجتماعی شرکتی باشد.

نتیجه‌گیری

به عنوان جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، برای پاسخ پیرامون این پرسش که تأثیرات متقابل مشارکت کارکنان و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، می‌توان اظهار داشت که مسئولیت اجتماعی شرکتی جنبه بسیار مهمی برای سازمان است. شرکت‌ها باید مسئولیت اجتماعی شرکتی را برای مشارکت کارکنان و ایجاد انگیزه در آنها برای انجام کارهای خوب برای جامعه اجرا کنند. مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت مزایای متعددی دارد و سازمان‌ها باید برای کارکنان خود ارزش قائل شوند. اگرچه مسئولیت اجتماعی شرکتی به میزان مشخصی سرمایه‌گذاری نیاز دارد، اما شرکت باید همیشه آن را به عنوان تأثیر مثبتی بر شهرت خود در نظر بگیرد که برای سوق دادن ذینفعان به سمت شرکت مهم است. سازمان‌ها می‌توانند با شناسایی نیازهای جوامع محلی کارکنان و بهبود شرایط آنها، تعهد سازمانی کارکنان خود را بهبود بخشند. بهبود رفاه کارکنان یکی از بهترین راه‌ها برای اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی و همچنین بهبود تعهد کارکنان نسبت به شرکت است. با این حال، اثر هزینه فعالیت‌های اجتماعی نباید بر حقوق کارکنان تأثیر بگذارد. کارکنان اغلب وقتی مجبور می‌شوند بدون دریافت پاداش برای فعالیت‌های اجتماعی کار کنند، احساس می‌کنند که از سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی بیگانه شده‌اند. برای مشارکت مؤثر کارکنان، شرکت‌ها باید از مدیریت منابع انسانی استفاده کنند تا کارکنان را از مزایای شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی آگاه سازند.

وقتی کارمندان در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داده می‌شوند، شرکت‌ها از مسئولیت اجتماعی شرکتی سود بیشتری می‌برند. کارمندان به مدیریت ارشد اعتماد می‌کنند، به سازمان خود افتخار می‌کنند، رضایت شغلی بیشتری را تجربه می‌کنند و درک بهتری از عملکرد شغلی خود دارند. کارمندانی که ابتکارات واقعی مسئولیت اجتماعی شرکتی را تجربه می‌کنند، احساس می‌کنند که برای سازمانی کار می‌کنند که با ارزش‌های آنها سازگار است و اهداف آنها را به اشتراک می‌گذارد. این تناسب فرد-سازمان نامیده می‌شود. با این حال، رفتارهای مثبت کارکنان تنها زمانی مفید است که ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان ابتکارات واقعی تلقی شوند. اگر ابتکاری اصیل نباشد، کارمندان واکنش منفی نشان خواهند داد.

برای دستیابی به مشارکت‌های مؤثر کارکنان در مسئولیت اجتماعی شرکتی چند پیشنهاد ارائه می‌شود؛

توجه به نظرات کارکنان: کارمندان وقتی احساس قدرت می‌کنند که به نظراتشان ارزش داده شود و بر تصمیم تجاری تأثیر بگذارند، احساس قدرت می‌کنند. نظرسنجی راهی ساده برای تعیین این است که کارمندان می‌خواهند شرکت روی چه چیزی تمرکز کند و چه چیزی را مهم می‌دانند.

توسعه مهارت: ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی را ارائه دهید که شامل یادگیری یک مهارت جدید توسط کارمند باشد. این کار همزمان با ایجاد تأثیر مثبت، فرصتی برای یادگیری برای کارمند فراهم می‌کند. این می‌تواند به سادگی میزبانی یک رویداد داخلی و انتصاب کسی باشد که می‌خواهد در مورد مدیریت رویداد اطلاعات کسب کند.

بهبود محیط کار: کارمندان بخش زیادی از روز خود را در محل کار می‌گذرانند. ایجاد یک ابتکار مسئولیت اجتماعی شرکتی که محیط کار آنها را بهبود بخشد، به احتمال زیاد آنها را درگیر خواهد کرد. به عنوان مثال در راستای حفاظت از محیط زیست، اگر بخواهید دوچرخه‌سواری برای رفتن به محل کار را تشویق کنید، ایجاد یک رختکن، قفسه‌های دوچرخه و دوش، این رفتار مثبت را تشویق می‌کند.

فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را تبلیغ کنید: این به سهامداران، مشتریان و کارمندان نشان می‌دهد که به جهان اهمیت می‌دهید و می‌خواهید تغییری ایجاد کنید. این به نوبه خود باعث می‌شود کارمندان به جایی که کار می‌کنند افتخار کنند و احتمال مشارکت آنها بیشتر شود. تبلیغ داخلی فعالیت‌ها از طریق اینترانت یا ارتباطات داخلی شما کلیدی است.

ایجاد بسترهای قابل دسترس: پلتفرم‌های آنلاین داخلی بسیاری از شرکت‌ها، پلتفرم‌های آنلاین داخلی را ارائه می‌کنند که در آن کارکنان تشویق می‌شوند تا در اهداف مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت مشارکت کنند. از طریق این پلتفرم‌ها، کارکنان تشویق می‌شوند تا بر اساس ارزش‌های شخصی خود مطابق با ارزش‌های شرکت عمل کنند، در انتخاب آن‌چه که مهم می‌دانند، استقلال داشته باشند و در جستجوی حمایت همکارانشان از نظر زمان، تخصص، بودجه یا سایر منابع مورد نیاز برای پروژه خود تسهیل می‌شوند. یکی دیگر از راه‌های تعبیه‌شده‌تر برای تسهیل کارکنان در توسعه ایده‌های درون‌آفرینی اجتماعی، دادن منابع به کارکنان (مانند منابع مالی و سایر منابع شرکتی) برای توسعه ایده‌هایی است که با جاه‌طلبی‌های پایداری و/یا نوآوری اجتماعی آنها مطابقت دارد. به عنوان مثال، جنرال الکتریک به جای ایجاد بخش‌های جدید یا برنامه‌های خاص، کارآفرینان اجتماعی داخلی را از درون ساختار موجود تسهیل می‌کند.

منابع:

- Aguinis, H., & Glavas, A. (۲۰۱۹). On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work. *Journal of Management*, ۴۵(۳), ۱۰۵۷-۱۰۸۶.
- Akreml, A., Gond, J., & Swaen, V. (۲۰۱۸). How do employees perceive corporate responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale. *Journal of Management*, ۴۴(۲), ۶۱۹-۶۵۷.
- Ali, I., Rehman, KU., Ali, S.I., Yousaf, J. and Zia, M. (۲۰۱۰). Corporate Social Responsibility Influences, Employee Commitment and Organizational Performance. *African Journal of Business Management*, ۴, ۲۷۹۶-۲۸۰۱.
- Boan, E., & Dedeolu, B. (۲۰۲۰). Hotel employees' corporate social responsibility perception and organizational citizenship behavior: Perceived external prestige and pride in organization as serial mediators. *Corporate Social Responsibility and Environment Management*, ۲۷, ۲۳۴۲-۲۳۵۳.
- Calveras, A. (۲۰۱۵). Corporate social responsibility strategy in the hotel industry: Evidence from the Balearic Islands. *International Journal of Tourism Research*, ۱۷(۴), ۳۹۹-۴۰۸.
- Ceil, Chenoy (۲۰۱۲). Employees and Corporate Social Responsibility. Posted: ۱۹ Jul ۲۰۱۲. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=۲۱۱۲۶۵۴
- Cheema, S., Afsar, B., & Al-Ghazali, B. (۲۰۲۰). How employee's perceived corporate social responsibility affects employee's proenvironmental ? The influence of organizational identification, corporate entrepreneurship, and environmental consciousness. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, ۲۱۶-۲۲۹.
- De Roeck, K., & Farooq, O. (۲۰۱۸). Corporate social responsibility and ethical leadership: Investigating their interactive effect on employees' socially responsible behaviors. *Journal of Business Ethics*, ۱۵۱(۴), ۹۲۳- ۹۳۹.
- Del Giudice, M., Carayannis, E., & PalaciosMarqué, D. (۲۰۱۸). The human dimension of open innovation. *Manage. Decis*, ۵۶(۶), ۱۱۵۹-۱۱۶۶.
- Dumont, J., Shen, J., & Deng, X. (۲۰۱۷). Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: The role of psychological green climate and employee green values. *Human Resource Management*, ۵۶(۴), ۶۱۳-۶۲۷.
- Gao, Chang & Yuan, Ye & Zhang, Chi (۲۰۲۱). Literature Review of Corporate Social Responsibility from the Perspective of Stakeholder Theory. Conference: ۲۰۲۱ ۵th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS ۲۰۲۱). DOI:۱۰.۲۹۹۱/assehr.k.۲۱۰۸۰۶.۱۹۷
- Graves, L., & Sarkis, J. (۲۰۱۸). The role of employees' leadership perceptions, values, and motivation in employees' proenvironmental behaviors. *Journal of Cleaner Production*, ۵۷۶-۵۸۷.
- Khattak, S., Nouman, M., Fayaz, M., & Cismas, L. (۲۰۲۱). Corporate Social Responsibility and Employee Green Behavior in the Hospitality Industry: A Cross-Country Study. *Sustainability*, ۱۰(۱۰۵۳۴), ۱-۱۵.
- Kim, Y., Kim, W., & Choi, H. (۲۰۱۹). The effect of green human resource management on hotel employees' ecofriendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, ۷۶, ۸۳-۹۳.
- Koh, H. C., & Boo, E. H. Y. (۲۰۰۱). The Link between Organizational Ethics and Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, Volume ۲۹, pages ۳۰۹-۳۲۴.
- Nejati, M. & Ghasemi, S. (۲۰۱۲). Corporate social responsibility in Iran from the perspective of employees. *Social Responsibility Journal*

- Nejati, M. & Ghasemi, S. (۲۰۱۳). Corporate social responsibility and organizational commitment: Empirical findings from a developing country) .*Journal of Global Responsibility*
- Norton, T., Parker, S., & Zacher, H. (۲۰۱۵). Employee green behavior: A theoretical framework, multilevel review, and future research agenda (supplementary material). *Organization & Environment*, ۲۸(۱), ۱۰۳-۱۲۵.
- Onkila, Tiina & Sarna, Bhavesh (۲۰۲۱). A systematic literature review on employee relations with CSR: State of art and future research agenda. <https://doi.org/10.1002/csr.2210>
- Pham, N., Tuc̣ková, Z., & Jabbour, C. (۲۰۱۹). Greening the hospitality industry: How do green human resource management practices influence organizational citizenship behavior in hotels? A mixedmethods study. *Tourism Management*, ۷۲, ۳۸۶-۳۹۹.
- Roos, G., & O'Connor, A. (۲۰۱۵). Government policy implications of intellectual capital: an Australian manufacturing case study. *J. Intellectual Capital*, ۱۶(۲), ۳۶۴-۳۸۹.
- Shen, J., Dumont, J., & Deng, X. (۲۰۱۶). Employees perceptions of greenHRM and non-green employee work outcomes: The social identity and stakeholder perspectives. *Group & Organization Management*, ۴۳(۴), ۵۹۴-۶۲۲.
- Su, L., & R. Swanson, S. (۲۰۱۹). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism Management*, ۷۲, ۴۳۷-۴۵۰.
- Su, L., & R. Swanson, S. (۲۰۱۹). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism Management*, ۷۲, ۴۳۷-۴۵۰.
- Tian, Q., & Robertson, J. (۲۰۱۹). How and when does perceived CSR affect employees' engagement in voluntary proenvironmental behavior? *Journal of Business Ethics*, ۱۵۵(۴), ۳۹۹-۴۱۲.