

The Impact of Social Responsibility Performance Disclosure Strategies on Promoting Resilience Economy Policy in Food and Pharmaceutical Companies

Abstract

The present study investigates the effect of performance disclosure strategies based on social responsibility on promoting the policy of resistance economy in food and pharmaceutical companies. This study analyzes data related to ۲۲ companies active in the food and pharmaceutical industries listed on the Tehran Stock Exchange over a period of six years (۱۳۹۲-۱۳۹۷) in which ۸۳ indicators were evaluated and then obtained According to experts, ۹ indicators were prioritized by Delphi technique. Then, in a quantitative section, the relationship between social responsibility strategies and the dimensions of the resistance economy policy was examined. The statistical population in this section included the employees of the mentioned companies, of which ۳۱۱ people were selected by available methods. The data collection tool was a questionnaire. Structural equation modeling based on partial least squares approach was used to analyze the data. Findings showed that there is a significant relationship between performance disclosure strategies based on social responsibility and the dimensions of resistance economics and the best path is related to the dimension of consumption control. Based on this, it can be said that according to the performance disclosure strategies based on social responsibility, the dimensions of resistance economy can be strengthened in active food and pharmaceutical companies.

تاثیر راهکارهای افشاء عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی بر ارتقای خط مشی اقتصاد مقاومتی**در شرکتهای صنایع غذایی و دارویی**مصطفی قنبری قلعه رودخانی^۱
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۸محمد رضا وطن پرست^۲کیهان آزادی^۳
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۳**چکیده**

در پژوهش حاضر ۸۳ شاخص مورد ارزیابی قرار گرفت و سپس با کسب نظر از خبرگان موضوع تعداد ۹ شاخص توسط تکنیک دلفی اولویت بندی شدند. در ادامه و در بخش کمی ارتباط بین راهکارهای مسئولیت اجتماعی و ابعاد خط مشی اقتصاد مقاومتی مورد بررسی قرار گرفت که جامعه آماری در این بخش شامل کارکنان شرکت های مزبور بودند که تعداد ۳۱۱ نفر به روش در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده یافته های تحقیق نشان داد که بین راهکارهای افشای عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی و ابعاد اقتصاد مقاومتی ارتباط معناداری وجود دارد و بهترین مسیر مربوط به بعد کنترل مصرف می باشد. براین اساس می توان گفت که با توجه به راهکارهای افشای عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی می توان ابعاد اقتصاد مقاومتی را در شرکت های فعال غذایی و دارویی تقویت نمود.

واژه های کلیدی: عملکرد مسئولیت اجتماعی، افشاء عملکرد، اقتصاد مقاومتی، شرکت های غذایی و دارویی

^۱ دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران Ghanbari.chamran219@gmail.com^۲ استادیار گروه حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران (نویسنده مسئول) vatanparast@iaurasht.ac.ir^۳ استادیار گروه حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران Ka.cpa2012@yahoo.com

تحریم اقتصادی در سال‌های اخیر عرصه‌های مختلف اقتصادی را مورد هدف قرار داده‌است و هر روز بر گستره نفوذ خود می‌افزاید تا بیش از پیش اقتصادی را نابود سازد. در چند سال اخیر با وجود مشکلات تحریمی علیه ایران کشور عزیز ما درگیر مشکلات متعددی که از تامین مواد اولیه گرفته تا توزیع و فروش محصولات می‌باشد که باید راهکارهای موثری برای برون رفت از این مشکلات پیدا کرد (حسنوند و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۸). در حال حاضر از یک سو به دلیل بی ثباتی موجود در بازار، قیمت‌گذاری مناسب و تبادل در عرصه صادرات مشکلات زیادی را به همراه دارد. متأسفانه شرکت‌های فعال در عرصه غذایی و دارویی با دارا بودن سابقه چشمگیر در عرصه تولید این محصول بیشتر بر استفاده از رویکردهای سنتی تاکید دارد که با توجه به تاکید بر استراتژی‌های نوین در امر تولید، اتکای صرف به روش‌های سنتی نمی‌تواند جوابگوی رونق اقتصادی باشد.

مشکل اساسی که در کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران، هنگام رویارویی با این چنین مشکلاتی وجود دارد، شعاردگی، گزارشات مفصل و بلند بالا و متأسفانه بعضاً آمارسازی در قالب بوروکراسی و کاغذبازی است، حال آنکه هیچ گام عملی یا برداشته نمی‌شود و یا ناقص اجرا می‌گردد (ذبیحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸). بنابراین تغییر جهت براساس قابلیت‌های نوآورانه و مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی شرکت‌ها راهی برای توسعه جایگاهشان می‌باشد.

در دنیای پر تلاطم نباید کسب و کارها در حالت ایستایی باشند، بلکه باید در مسیر رو به رشد قرار بگیرند. بهمین دلیل در دنیای امروز یافتن صنعتی که به صورت مستمر و دوره ای وارد عرصه کارآفرینی نشده باشد دشوار است؛ زیرا کارآفرینی، سازوکاری حیاتی به شمار می‌آید که به استحکام موقعیت رقابتی سازمان‌ها و صنایع در جهان رقابتی آینده منجر می‌شود (تامایو^۱ و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۳۵).

امروزه شرکت‌های فعال در عرصه کسب و کار نه فقط به ذینفعان بلکه باید در برابر کل مردم پاسخگو باشند (ذوالفقاری و خطیبی، ۱۳۹۷). به عبارت دیگر، آن‌ها به عنوان موجودیت‌های فعال در جامعه از مسئولیت‌هایی برخوردارند که به آن‌ها هویت می‌بخشد و موجبات پذیرش موثرتر آنان را در جامعه فراهم می‌سازد. این امر به تدریج می‌تواند به تصویر ذهنی مثبتی از شرکت نزد مردم منجر شود و ارتباط آنان با یکدیگر را تسهیل بخشد.

مطابق دیدگاه نهادگرایی، اقتصاد باید به عنوان یک سازمان یا مجموعه کامل و واحد، که تمامی اجزای آن با یکدیگر ارتباط دارند مورد بررسی قرار گیرد (متوسلی، ۱۳۸۴). بنابراین، نقش مردم و بنگاه‌ها در ارتباط با یکدیگر قابل تعریف است و رفتار این دو می‌تواند بر یکدیگر تاثیر گذارد.

گرچه عملکرد شرکت‌ها در حوزه اجتماعی و مسئولیت‌های آنان در این حوزه به سده‌ها قبل بر می‌گردد و حتی شواهد بسیاری از چنین رفتارهایی از روم باستان و تمدن‌های دیگر ارایه شده است، با این حال، این واژه در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ قرن بیستم به طور ویژه مورد ملاحظه قرار گرفت. در سال‌های اخیر، انتظارات جامعه از رفتارهای یک شرکت تغییر یافته است. بین اقدامات اجرایی مرتبط با مسئولیت

^۱ Tamayo

اجتماعی شرکت‌ها و موفقیت آنان در این زمینه رابطه معنی‌داری وجود دارد (یو و لی^۱، ۲۰۱۸). زهیدی و همکاران^۲، ۲۰۱۹).

بنابراین، می‌توان چنین پنداشت که با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و عملکرد آن‌ها در این خصوص، ضروری است آسیب‌های موجود به منظور تعیین اقدامات بهبود مناسب، مورد شناسایی و ارزیابی قرار گیرد. شرکت‌ها می‌توانند هم‌چون اقدامات دیگر در راستای کسب سود و سایر مزیت‌های رقابتی، اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی را برنامه‌ریزی، اجرا و گزارش نمایند.

برقراری همسویی بین راهکارها و اقدامات بهبود با اهم الزامات تعیین شده مستلزم بهره‌گیری از سازوکار مشخصی است. ممکن است طیف وسیعی از ایده‌ها برای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی مورد نظر باشد، اما مهم این است که ایده‌های یاد شده در واقعیت امر به پشتیبانی از تحقق کدامیک از الزامات می‌پردازد و تا چه میزانی از کارهای تکراری پرهیز می‌گردد و از طرف دیگر، تا چه سطحی از الزامات تحت پوشش قرار می‌گیرد.

اهداف و پرسش‌ها

بررسی تاثیر راهکارهای افشاء عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی بر ارتقای خط مشی اقتصاد مقاومتی در شرکتهای صنایع غذایی و دارویی جزو اهداف این تحقیق می‌باشد و براین اساس سوال اصلی پژوهش این است که آیا راهکارهای افشاء عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی بر ارتقای خط مشی اقتصاد مقاومتی در شرکتهای صنایع غذایی و دارویی تاثیرگذار است؟

پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی

تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی برای سهامداران شرکت‌ها، مانند سرمایه‌گذاران و مدیران راهبردی، اهمیت روزافزونی یافته است. برخی از محققان اقدام شرکت در به کارگیری مسئولیت اجتماعی را مزیتی رقابتی در نظر گرفته‌اند و یادآور شده‌اند که این اقدامات تأثیر مثبت و چشمگیری بر عملکرد مالی و سودآوری شرکت دارد (گیاناراکیس^۳ و همکاران، ۲۰۱۸).

مطابق بررسی انجام شده توسط ذوالفقاری و همکاران (۱۳۹۷) بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی آن‌ها رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. این موضوع به طرق مختلف قابل ارزیابی است. ممکن است با فراگیر شدن برنامه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، شهرت شرکت در میان جامعه آنقدر زیاد و نزد مردم آن چنان مقبول باشد که نیازی به صرف هزینه‌های فراوان تبلیغاتی نباشد. به عبارت دیگر، مردم هم با شرکت آشنا می‌شوند و هم استفاده از محصولات و خدمات آن را نهایتاً به نفع خود می‌بینند.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به معنی تمایل یک واحد تجاری در پاسخگویی درباره پیامدهای فعالیت‌های خود بر جامعه و محیط زیست است. کارول^۴ (۱۹۸۹) و هینز^۱ (۲۰۰۵) اعتقاد دارند که ارتباط مداوم بین کسب و کارها و مردم، یک منبع مهم سود برای اخلاق کسب و کار به حساب می‌آید.

^۱ Yoo and Lee

^۲ Anat Anaqie Zahidy

^۳ Giannarakis

^۴ Carroll

طبعا راهکارها و اهداف مربوط را نیز می‌توان در سه حوزه یاد شده مورد شناسایی قرار داد و نسبت به تدوین برنامه‌های مناسب در این خصوص اقدام نمود. بسیاری از سازمان‌ها پا را فراتر از این گذاشته‌اند و نه تنها به اقدامات مقطعی بسنده نکرده‌اند، بلکه از راهبردهای مشخصی نیز پیروی می‌نمایند که در این راستا مباحث متنوعی از قبیل نحوه تعامل با دولت، عمل به مسئولیت‌های حقوقی و اخلاقی و نیز آثار و عواقب فنی و اقتصادی از قبیل کارایی بنگاه و تعهد به سازکارهای اقتصاد بازار را دنبال می‌کنند (هانگر و ویلن، ۱۳۸۴).

فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شامل وارد کردن الزامات اجتماعی در محصول نهایی یا فرایند تولید محصول که برای مثال می‌توان از تولید محصولات با استفاده از فناوری‌های سازگار با محیط زیست یاد کرد. هم‌چنین، تغییر شیوه مدیریت منابع انسانی از دیگر فعالیت‌ها و اقدامات در این زمینه است که به عنوان مثال می‌توان از تفویض اختیار به کارکنان نام برد. دستیابی به سطوح بالاتر بازدهی زیست محیطی از طریق بازیافت و کاهش آلودگی نیز از جمله فعالیت‌ها و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که به عنوان مثال می‌توان از برخورداری از موضع قاطع در کاهش آلودگی‌های زیست محیطی در این چارچوب مد نظر قرار داد.

روش تحقیق

در این تحقیق هدف کاربردی - توسعه‌ای و به لحاظ روش و ماهیت از نوع توصیفی و تحلیلی است و از آنجا که در انجام پژوهش بر شرکت‌های فعال در عرصه تولید مواد غذایی و دارویی تاکید شده، مطالعه موردی نیز محسوب می‌گردد. جامعه آماری آن شرکت‌های تولیدکننده دارو و مواد غذایی بورس اوراق بهادار است. بر اساس بررسی انجام شده از طریق مصاحبه با کارشناسان خبره سازمان، بررسی ماموریت‌ها، اهداف و وظایف شرکت‌های مورد بررسی و نیز مستندات کتابخانه‌ای اعم از مطالعات و پژوهش‌های قبلی، نهایتاً ۸۳ شاخص مورد شناسایی قرار گرفت و با استفاده از نظرات خبرگان، اهم راهکارهای مناسب برای بهبود وضعیت از طریق روش‌های دلفی^۱، برآورد گردید که منتج به شناسایی ۹ راهکار از قبیل: انعطاف‌پذیری کارکنان از طریق فراگیری مهارت‌های مرتبط با کسب و کار نوین - ارایه حمایت‌های عام‌المنفعه در حوزه‌های آموزشی و بهداشتی و رفاهی - ارتقای سطح کمی اشتغال و حمایت از معیشت کارکنان - پرداخت به موقع عوارض و مالیات - بازیافت زباله‌ها و ضایعات و بازسازی آثار تخریبی ناشی از چرخه کسب و کار شرکت - تولید محصولات ارگانیک و سلامت محور

حفظ کیفیت و رقابتی کردن قیمت از طریق کاهش بهای تمام شده محصولات به منظور حفظ سهم بازار توجه به تمام مراحل زنجیره ارزش برای افزایش ارزش افزوده، کاهش قیمت تمام شده و افزایش رضایتمندی مشتریان - گزارشگری شفاف صورتهای مالی و استقبال از حسابرسی داوطلبانه صورت‌های مالی در صورت ملزم نبودن به خدمات حسابرسی انتخاب شدند. خبرگان موضوع ده نفر از متشکل از ۶ نفر حسابدار خبره و حسابرس و نیز چهار نفر از اساتید دانشگاه و مراکز عالی کشور در زمینه امور مالی و حسابدار بودند که در تمامی مراحل پیشبرد تحقیق مشارکت داشتند. در مرحله بعدی به بررسی ارتباط بین راهکارهای ۹ گانه منتخب در این پژوهش و ابعاد اقتصاد مقاومتی پرداخته شد که برای این منظور

^۱ Heinze

^۲ Delphi

جامعه آماری شامل مدیران و کارکنان شرکت های منتخب بودند که به روش نمونه گیری در دسترس تعداد ۳۱۱ نفر به عنوان نمونه و از طریق پرسشنامه مورد نظرسنجی قرار گرفتند.

ارزیابی مدل اندازه گیری

آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

روایی همگرایی مدل های اندازه گیری نیز مطلوب اند. که به منظور برآزش مدل اندازه گیری مورد استفاده قرار می گیرد و میزان همبستگی هر سازه با ابعادش را نشان می دهد، براساس جدول (۲)، میانگین استخراج شده برای کلیه متغیرها و ابعادشان از مقدار مرزی ۰/۵ بیشتر بوده که آن نیز میزان روایی مدل را نشان می دهد.

جدول (۲). توصیف متغیرهای پژوهش

شاخص ها	ضرایب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	AVE
راهکارهای مبتنی بر مسئولیت اجتماعی	۰/۷۴۲	۰/۷۸۸	۰/۵۶۷
اقتصاد مقاومتی	۰/۷۵۳	۰/۷۹۳	۰/۶۳۳

زمانی روایی واگرایی یک مدل قابل قبول خواهد بود که سازه با شاخص های خود نسبت به سایر سازه ها، تعامل بیشتری داشته باشد (یعنی عددی که در قطر این ماتریس نمایش داده می شود باید از سایر اعداد هم ستون خود بزرگتر باشد).

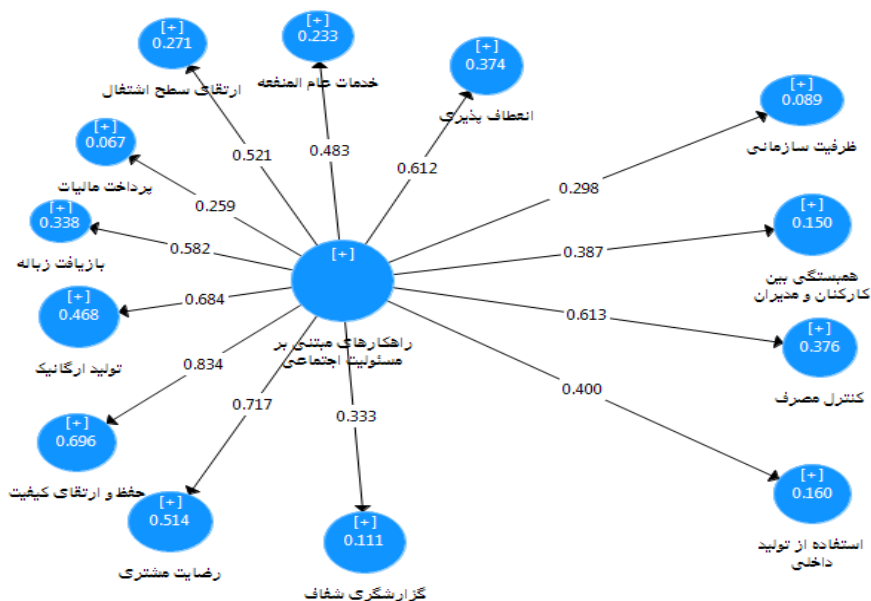
جدول (۳) ماتریس سنجش روایی واگرایی به روش فروئل و لارکر

استفاده از تولید داخلی	کنترل مصرف	همبستگی بین کارکنان و مدیران	ظرفیت سازمانی	راهکارهای مبتنی بر مسئولیت اجتماعی
				۰/۷۵۲
			۰/۷۹۵	۰/۵۵۶
		۰/۸۱۸	۰/۴۱۹	۰/۴۹۷
	۰/۷۶۲	۰/۵۰۷	۰/۶۱۲	۰/۳۸۵
۰/۷۳۸	۰/۶۳۹	۰/۴۸۳	۰/۵۷۲	۰/۴۵۸

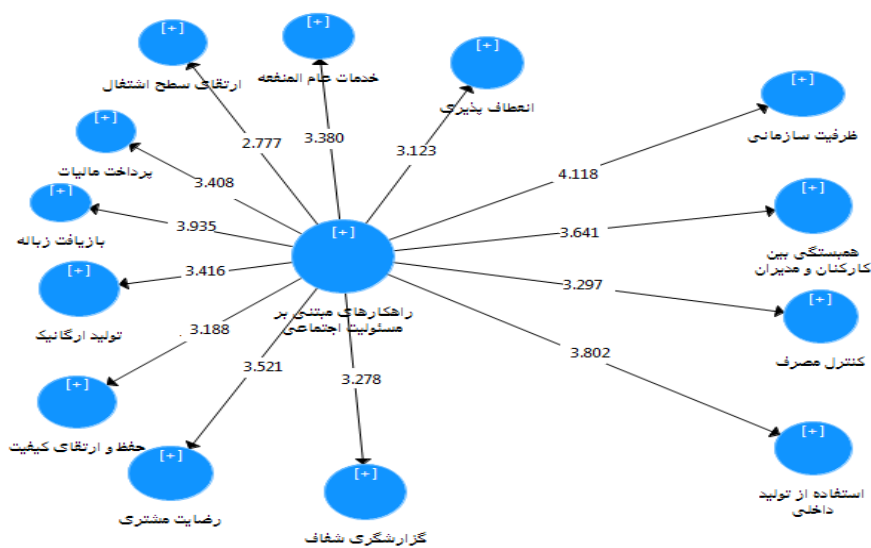
لذا می توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه ها در مدل تعامل بیشتری با شاخص های خود دارند تا با سازه های دیگر و روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.

مدل ساختاری پژوهش

در این بخش مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد و معناداری ارائه شده است:



شکل ۲) مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد



شکل ۳) مدل ساختاری تحقیق در حالت معناداری

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی و دارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در یک دوره زمانی ۶ ساله طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۷ مورد بررسی قرار گرفت

ماهنامه علمی (مقاله علمی- پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال پنجم، شماره هشتم، مرداد ۱۴۰۱

و با توجه به اهم الزامات محقق نشده، راهکارهای لازم برای این امر از طریق مصاحبه با صاحب‌نظران امر شناسایی گردید. با توجه به بررسی فرضیه از طریق روش حداقل مربعات جزئی ملاحظه می‌شود که بین ابعاد و راهکارهای شناسایی شده مسئولیت اجتماعی و خط مشی اقتصاد مقاومتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و بهترین مسیر در این راستا مربوط به کنترل مصرف با شدت تاثیر ۰/۶۱۳ می‌باشد. پس این گونه میتوان عنوان نمود ارتباط زیاد و معناداری بین اقتصاد مقاومتی و تولید ملی وجود دارد. افزایش تولید داخلی موجب تقویت بنیان های اقتصاد مقاومتی می شود. با تولیدات محصولات و کالاهای بومی و ملی، فشارهای سیاسی و اقتصادی کاهش یافته و رشد و توسعه یکی از ارکان اقتصادی محقق می‌شود. در این میان مردم و بخش خصوصی از اهمیت خاصی برخوردارند، چنانکه اقتصاد مقاومتی، فعالیت های تولیدی بخش خصوصی و مشارکت مردم می باشد. نهادها و مؤسسات بخش خصوصی در کنار مردم صورت گیرد. عمدتاً مدیریت یا کنترل مصرف، یک حرکت جهادی است و شرکت‌های تولید کننده باید سعی وافر در استفاده از کالای داخلی داشته باشند و تا جایی که ممکن است از کالاهای خارجی استفاده نکنند.

۱. اشرفی، جواد. رهنمای رودپشتی، فریدون، بنی‌مهد، بهمن. (۱۳۹۸). نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها. فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال هشتم، شماره ۳۱، پاییز.
۲. افشار، مصطفی.، زمانی عموقین، رامین. (۱۳۹۳). تبیین ارتباط شاخصهای ارزیابی عملکرد و رتبه عملکردی با رشد شرکتها. مجله پیشرفت های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ششم، شماره اول، بهار و تابستان، پیاپی ۱.
۳. امیدی، فریدون. رضایی دولت آبادی، حسین.، محمدشفیعی، مجید. (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت های اجتماعی شرکت بر عملکرد اجتماعی و واکنشهای مصرف کننده در صنایع غذایی. فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال ششم، شماره اول، شماره پیاپی (۲۰)، بهار.
۴. برقی اسکویی، محمدمهدی.، ولی زاده، سمیه. (۱۳۹۷). تأثیر فضای کسب و کار بر تجارت خارجی: مطالعه موردی شرکای عمده تجاری ایران. فصلنامه مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، سال اول، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۷.
۵. تقی زاده، هوشنگ.، سلطانی فسقندیس، غلامرضا. (۱۳۸۹). تأثیر اخلاق کسب و کار بر مسوولیت اجتماعی بنگاه. فصلنامه علمی- پژوهشی اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان ۱۳۸۹.
۶. حیدری کرد زنگنه، غلامرضا.، نوروش، ایرج.، جعفری، محمدحسن. مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله اقتصادی، شماره های ۳ و ۴، خرداد و تیر ۱۳۹۶.
۷. ذوالفقاری، مهدی.، عشوری خطیبی، نگین. (۱۳۹۷). تأثیر گزارشگری مسئولیت اجتماعی (CSR) بر موفقیت رقابتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۱، شماره ۲، پاییز ۱۳۹۷ جلد اول.
۸. رفیع زاده بقرآباد، علاءالدین. (۱۳۸۷). مدیریت عملکرد و توسعه یافتگی سازمانها (مطالعه موردی و تجربه عملی). سومین کنفرانس ملی مدیریت عملکرد.
۹. کمایی، مریم. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر شهرت شرکت و عملکرد برند، مورد مطالعه: صنعت محصولات لبنی میهن. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی خرمشهر - خلیج فارس.
۱۰. متوسلی، محمود. (۱۳۸۴). توسعه اقتصادی، مفاهیم، مبانی نظری، رویکرد نهادگرایی و روش شناسی، دانشگاه تهران.
۱۱. محمدیکی، یزدان. (۱۳۹۱). مبانی برنامه‌ریزی در کسب و کار. انتشارات بازتاب.
۱۲. مسعود سینکی، سپیده.، سید نقوی، میر علی. (۱۳۹۵). عارضه یابی سازمانی بر اساس مدل ویس بورد: مطالعه موردی در دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، دوره ۱۰، شماره ۶، بهمن و اسفند.

۱۳. مهلوجی، حسین، هندیجانی، رزا، کرمانشاه، علی. (۱۳۸۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی بر نوآوری در بنگاهها: دیدگاه مبتنی بر منابع. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال سوم، شماره ۱۲، زمستان ۱۳۸۷.
۱۴. نجفی، مریم، کهن، نوشین، نجفی، مینو، محمدزاده اسماعیلی، حمیده، شیرازی، ماندانا. (۱۳۹۴). بررسی روایی و پایایی ابزار سنجش نگرش بین حرفه ای تیم سلامت (AHPQ) در ایران. فصلنامه پژوهش در آموزش علوم پزشکی، دوره ۷، شماره ۲؛ از صفحه ۲۱ تا صفحه ۲۸.
۱۵. نمازی، محمد، نمازی، نویدرضا. (۱۳۹۵). رتبه بندی شرکتها بر اساس سنجشهای ارزیابی عملکرد با استفاده از تکنیک چندشاخصه TOPSIS و مقایسه معیارهای ارزیابی. پژوهشهای حسابداری مالی، سال هشتم، دوره دوم، پیاپی ۲۸، تابستان.
۱۶. هانگر، جی دیوید، ویلن، توماس ال. (۱۳۸۴). مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه: سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران. پژوهشهای فرهنگی.
۱۷. Ackerman, R. W. (۱۹۷۳), How Companies Respond to Social Demands, Harvard University Review ۵۱(۴), ۸۸-۹۸.
۱۸. Agudelo, L., Jóhannsdóttir, L. and Davídsdóttir, B. (۲۰۱۹). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. International Journal of Corporate Social Responsibility.
۱۹. Carroll A (۱۹۸۹). Business and Society: Ethics and Stakeholder Management. Cincinnati, Ohio: South Western, pp.۳۰-۳۳.
۲۰. Carroll. A. (۲۰۰۸). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. In J. Burchell (Ed.). The corporate social responsibility reader. pp. ۹۰-۹۷
۲۱. Galbreath, J. (۲۰۱۰). How does Corporate Social Responsibility Benefit Firms? Evidence from Australia. European Business Review, ۲۲(۴), ۴۱۱-۴۳۱.
۲۲. Graafland, J., Ijffinger, S & ; Smid, H. (۲۰۰۴). Corporate social responsibility of Dutch companies: Benchmarking, transparency and robustness. Journal of Business Ethics, Vol. ۵۳, No. ۱-۲, p. ۱۳۷-۱۵۲.
۲۳. Giannarakis, G., Konteos, G., Zafeiriou, E., & Partalidou, X. (۲۰۱۸). "The impact of corporate social responsibility on financial performance". Innovations, ۱۳, ۱-۳.
۲۴. Gyves, Sh., & O'Higgins, E. (۲۰۰۸). Corporate Social Responsibility: An Avenue for Sustainable Benefit for Society and the Firm?. Society and Business Review, ۳(۳), ۲۰۷-۲۲۳.
۲۵. Hall, Robert E., and Charles Jones (۱۹۹۹); "Why Do Some Countries Produce so much More output Per Worker than others?", Quarterly Journal of Economics, Vol. ۱۱۴, No. 1.

۲۶. Harjoto, Maretno A. (۲۰۱۱). Corporate governance and CSR nexus. *Journal of Business Ethics*, ۱۰۰ (۱), ۴۵-۶۷
۲۷. Heinze KL (۲۰۰۵). In the Mood to Give: How and Why Positive Affect Increases the Importance of CSR to Prospective Employees, Northwestern University
۲۸. Knack, Steven, and Philip Keefer (۱۹۹۵); "Institutions and Economic Performance: Cross – Country Tests Using Alternative Measures", *Economics and Politics*, No.۷ pp ۲۰۷-۲۲۷.
۲۹. Meynhardt, T., & Gomez, P. (۲۰۱۹). Building blocks for alternative four-dimensional pyramids of corporate social responsibilities. *Business & Society*, ۵۸(۲), ۴۰۴-۴۳۸
۳۰. Ong, M., Mayer, D. M., Tost, L. P., & Wellman, N. (۲۰۱۸). "When corporate social responsibility motivates employee citizenship behavior: The sensitizing role of task significance". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, ۱۴۴, ۴۴-۵۹.
۳۱. Samy, M., Odemilin, G., & Bampton, R. (۲۰۱۰). Corporate Social Responsibility: a Strategy for Sustainable Business Success. An Analysis of ۲۰ Selected British Companies. *Corporate Governance*, ۱۰(۲), ۲۰۳-۲۱۷.
۳۲. Tamvada, Mallika. (۲۰۲۰). Corporate social responsibility and accountability: a new theoretical foundation for regulating CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0045-8>.
۳۳. Wartick, S. and P. L. Cochran. (۱۹۸۵). The Evolution of Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review* ۱۰(۴), ۷۵۸-۷۶۹.
۳۴. Yoo, D.; Lee, J. The Effects of Corporate Social Responsibility (CSR) Fit and CSR Consistency on Company Evaluation: The Role of CSR Support. *Sustainability* ۲۰۱۸, ۱۰, ۲۹۵۶.
۳۵. Zahidy, A.A; Sorooshian, S.; Hamid, Z. Critical Success Factors for Corporate Social Responsibility Adoption in the Construction Industry in Malaysia. *Sustainability* ۲۰۱۹, ۱۱, ۶۴۱۱.