


Evaluation of Corporate Social Responsibility Research in Family Businesses with Two Approaches of Scientometric and Meta-Analysis


Ali akbar
Aghajani Afrozi ^{1*}


Jahangir
Yadolahi Farsi ²


Mahmoud
Ahmadpor Dariani ³

Mahmoud Motevaseli ⁴

 1. Ph.D. Student of New Venture, Tehran University & Instructor, Department of Business Administration of Payame Noor University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

 2. Associate Professor, Department of New Venture, Faculty of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran.
Email: jfarsi@ut.ac.ir

 3. Associate Professor, Department of New Venture, Faculty of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran.
Email: mahmadpour@ut.ac.ir

 4. Professor, Department of Economic, Faculty of Economic, Tehran University, Tehran, Iran. Email: m.motevaseli@yahoo.com

Email: aghajaniali@pnu.ac.ir

Abstract

Purpose: Studies of social responsibility in family businesses have a great variety of dimensions and components, and the use of approach, analysis, tools, and techniques of data analysis leads to the perception of data. It is different from this phenomenon. The contradictory results of some variables affecting the social responsibility of family businesses such as environmental investments, social interests, shareholders' interests, and industry type are found in various research and the results of the research conducted and uniform It is not, and sometimes there are contradictory results in research. In fact, the effect of each of these factors cannot be found. In such circumstances, it is challenging to determine whether the differences between the results of studies are due to chance or random or due to the theoretical differences that exist in the properties of the studies, in which case it can be transformed into this. The question was answered. Accordingly, in order to better understand the studies in this field, the present study is to evaluate the status of corporate social responsibility publications in family businesses with two integrated approaches to science and transcendental.

Methodology: This article is a type of meta-analysis that has studied the process of developing research in the field of "social responsibility of companies in the family business". The statistical population of the research is all articles and scientific documents indexed on the Web of Science on the subject of "Social Responsibility of Companies in Family Business" from 1997 to March 2021 with 262 scientific degrees. These

Date of Reception:
29/04/2021

Date of Acceptation:
22/08/2021



Ali akbar
Aghajani Afrozi ^{1*}

Jahangir
Yadolahi Farsi ²

Mahmoud
Ahmadpor Dariani ³

Mahmoud Motevaseli ⁴

Date of Reception:
29/04/2021

Date of Acceptation:
22/08/2021



data with both scientific and meta-analysis approaches have been analyzed. In the process of analysis, since recovered backgrounds had to be validated in terms of validity, the validity of the measurement tool, and sampling method, articles selection in the analysis process were based on indicators such as methodology requirements (hypothesis, research method, statistical population, sample size and the method of sampling, the means of measurement, validity, and validity of the tool, statistical assumptions, statistical analysis method, and the correct statistical computing), the study of the subject of the social responsibility of companies and family companies which were examined quantitatively. To determine the statistical population in the process of analysis with abstracts, 162, 72, and finally, 52 articles were separated; eventually, with a more detailed study, 28 articles formed the present research community in the process of analysis.

Findings: Since 2016, articles have grown dramatically and peaked in 2020. more than 50 % of the articles have been published in the three journals in this field, and more than 70 % of the articles are related to developed countries. The variety of different variables in the field of social responsibility of companies in family businesses was not confirmed and data analysis indicated that the involvement of environmental index modulations, industry type, family business style, and resources had been used in previous research.

Conclusion: The ascending course of research in the field of social responsibility of the company indicates the importance of the problem in the well-being of economic growth, and the improvement of the environment, and the living environment which requires more attention and international cooperation with other countries. Given the heterogeneity of articles, it can be concluded that research related to this area, has not gone through its accumulation process. Although developed countries are seriously seeking research on social responsibility and affecting many international relations, family businesses entering the global arena are more concerned with social responsibility indicators.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Meta-analysis, Family Business, Effect Size, Scientific databases, scientometrics.

ارزیابی پژوهش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی با دو رویکرد علم‌سنجی و فراتحلیلی

*^۱ علی‌اکبر آقاجانی افروزی

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران و مربی گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

^۲ جهانگیر یدالهی فارسی

۲. دانشیار گروه کسب و کار جدید دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
Email: jfarsi@ut.ac.ir

^۳ محمود احمدپور داریانی

۳. دانشیار گروه کسب و کار جدید دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
Email: mahmadpour@ut.ac.ir

^۴ محمود متوسلی

۴. استاد گروه اقتصاد دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، تهران، ایران.
Email: m.motevaseli@yahoo.com

Email: aghajani@pnu.ac.ir

چکیده

هدف: مطالعات انجام‌شده حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کسب‌وکارهای خانوادگی دارای تنوع بسیاری در استفاده از ابعاد و مؤلفه‌ها و به‌کارگیری رویکرد، روش تحقیق، ابزار و تکنیک‌های تجزیه و تحلیل داده‌هاست که این امر منجر به ادراک متفاوت از این پدیده شده است. همچنین نتایج متناقض پژوهش‌ها در مورد بعضی متغیرهای مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی مانند سرمایه‌گذاری‌های محیطی، منافع اجتماعی، منافع سهامداران، نوع صنعت و غیره در پژوهش‌های مختلف دیده می‌شود و نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام‌شده هماهنگ و یکدست نیست و حتی گاهی نتایج متناقضی در تحقیقات حاصل می‌شود. در واقع میزان اثر هر یک از عوامل ذکر شده را نمی‌توان یافت. در چنین شرایطی تعیین این مطلب بسیار دشوار است که آیا تفاوت‌های بین نتایج مطالعات ناشی از شانس و تصادفی است و یا به دلیل تفاوت‌های نظری است که در ویژگی‌های مطالعات وجود دارد که در این صورت از طریق فراتحلیل می‌توان به این سؤال پاسخ داد. بر این اساس پژوهش حاضر به‌منظور شناخت بهتر از مطالعات صورت‌گرفته در این زمینه، به ارزیابی وضعیت انتشارات حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی با دو رویکرد تلفیقی علم‌سنجی و فراتحلیلی است.

روش‌شناسی: این مقاله از نوع مطالعات فراتحلیل است که با رویکرد علم‌سنجی به مطالعه روند توسعه پژوهش‌های حوزه "مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی" پرداخته است. جامعه آماری پژوهش کلیه مقالات و مدارک علمی نمایه‌شده در وب آو ساینس با موضوع "مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی" در بازه زمانی ۱۹۹۷ تا مارس ۲۰۲۱ به تعداد ۲۶۲ مدرک علمی است که این داده‌ها با دو رویکرد علم‌سنجی و فراتحلیل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در قسمت فراتحلیل از آنجاکه

صفحه ۲۶۴-۲۴۳

دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۹

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۳۱



*^۱ علی‌اکبر آفاجانی افروزی^۲ جهانگیر یدالهی فارسی^۳ محمود احمدپور داریانی^۴ محمود متوسلی

صفحه ۲۶۴-۲۴۳

دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۹

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۳۱



پیشینه‌های بازبایی شده می‌بایست از لحاظ روایی، اعتبار ابزار اندازه‌گیری و روش نمونه‌گیری بررسی می‌شدند، لذا مقالات برای انتخاب در فرایند تحلیل، بر اساس شاخص‌هایی همچون: داشتن شرایط لازم از نظر روش‌شناسی (فرضیه‌سازی، روش تحقیق، جامعه، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری، ابزار اندازه‌گیری، روایی و اعتبار ابزار، مفروضه‌های آماری، روش تحلیل آماری و صحیح بودن محاسبات آماری)، همخوانی موضوع پژوهش با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و شرکت‌های خانوادگی، کمی بودن مورد بررسی قرار گرفتند. برای تعیین جامعه آماری در بخش فرا تحلیل با مطالعه چکیده مقالات در ابتدا ۱۶۲ مقاله، بعد ۷۲ و سپس ۵۲ مقاله باهدف و شرایط پژوهش حاضر تفکیک شده‌اند و در نهایت با مطالعه دقیق‌تر ۲۸ مقاله جامعه پژوهش حاضر را در قسمت فرا تحلیل تشکیل داده‌اند.

یافته‌ها: از سال ۲۰۱۶ مقالات رشد چشم‌گیری داشته و در سال ۲۰۲۰ به اوج خود رسیده است بیش از ۵۰٪ مقالات در سه مجله مطرح این حوزه چاپ شده‌اند و بیش از ۷۰٪ مقالات مربوط به کشورهای توسعه‌یافته هستند. یافته‌های قسمت فراتحلیل نشان داده، همگنی از نظر میزان و تنوع تأثیر متغیرهای مختلف بر حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی مطالعات مورد تأیید قرار نگرفت و تحلیل داده‌ها بیانگر دخالت متغیرهای تعدیل‌کننده شاخص محیطی، نوع صنعت، سبک کسب‌وکار خانوادگی و نیز منابع مورد استفاده در تحقیقات پیشین است.

نتیجه‌گیری: سیر صعودی تحقیقات در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بیانگر اهمیت مسئله در وضعیت بهزیستی افراد رشد اقتصادی و بهبود محیط‌زیست و محیط زندگی است که توجه بیشتری به این حوزه و همکاری‌های بین‌المللی با دیگر کشورها را می‌طلبد و با توجه به ناهمگن بودن مقالات می‌توان نتیجه گرفت که پژوهش‌های مربوط به این حوزه روند انباشتی خود را طی نکرده است. با وجود اینکه کشورهای توسعه‌یافته به صورت جدی به دنبال تحقیقات در زمینه مسئولیت اجتماعی هستند و این مقوله بسیاری از روابط بین‌المللی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، لذا کسب‌وکارهای خانوادگی برای وارد شدن در عرصه جهانی، شاخص‌های مسئولیت اجتماعی را بیشتر مدنظر قرار دهند.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب‌وکار خانوادگی، فراتحلیل، کسب‌وکار خانوادگی، اندازه اثر، پایگاه‌های اطلاعات علمی، علم‌سنجی.

مقدمه و بیان مسئله

پیشرفت جوامع و توجه به حقوق بشر، افزون بر مسئولیت متداول شرکت‌ها یعنی سوددهی، مسئولیت شرکت‌ها در قبال جامعه و محیط نیز مورد توجه قرار گرفته است. سهامداران دیگر تنها ذی‌نفعان شرکت نیستند بلکه شهروندان، مشتریان، کارکنان و دولت و حتی نسل‌های آینده نیز ذی‌نفعان شرکت محسوب می‌شوند. هم‌اکنون شرکت‌های زیادی در سراسر جهان، به این مسئولیت خود واقف بوده و در جهت ایفای آن تلاش می‌کنند (Fernando & et al, 2017). با وجود توجه فعلی به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، این موضوع همچنان مورد بحث در میان گروه‌های ناهمگن است: نهادهای دولتی و غیردولتی ملی، بین‌المللی، سیاست‌گذاران، جوامع محلی، شرکت‌ها، پزشکان و دانشگاهیان (Ferramosca & Verona, 2019). به نظر می‌رسد تاریخچه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به اندازه خود تجارت قدیمی است حتی اگرچه در ابتدا به‌طور علمی و رسمی مورد توجه قرار نگرفته است (Lin, 2019). دیویس و بلومستورم^۱ مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را، تعهد فرد به در نظر گرفتن اثرات تصمیمات و اقدامات خود بر روی کل سیستم اجتماعی و فراتر از منافع محدود اقتصادی و فنی شرکت خود تعریف کردند (Gras-Gil & et al, 2016). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در حوزه‌های مختلفی وارد شده است و در مجلات با حوزه‌های موضوعی متفاوتی مانند اقتصاد، مدیریت، کسب‌وکار و اخلاق روانشناسی و غیره به چاپ رسیده است (Lin, 2019). فراموسکا و ورونا در تحقیقات خود نشان دادند از سال ۲۰۱۶ مقالات علمی در این حوزه به‌طور چشمگیری افزایش یافته و همین‌طور رشد صعودی دارد (Ferramosca & Verona, 2019)؛ از طرفی علاقه علمی زیادی در دانشگاهیان در مورد اینکه آیا تصمیمات شرکت بسته به حضور یا عدم حضور یک عضو خانواده به‌عنوان سهامدار و موقعیت‌های اصلی تصمیم‌گیری، به‌ویژه در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت به دلیل اصول عاطفی اجتماعی که در فرایندهای تصمیم‌گیری این شرکت‌ها وجود دارد متفاوت است یا خیر؟ وجود دارد (Mariotti, 2020). طبق این ویژگی تصمیمات در کسب‌وکارهای خانوادگی، مشاغل خانوادگی به جنبه‌های دیگری فراتر از جنبه‌های مالی توجه می‌کنند تا سلسله و نفوذ خانواده را در شرکت‌های خود تداوم بخشند (Javier Parra, 2021). دیدگاه کسب‌وکارهای خانوادگی در حمایت از انتقال شرکت به نسل‌های آینده (García-Sánchez & et al, 2021) و تقویت موفقیت و چهره شرکت موجب می‌شود این کسب‌وکارها توجه بیشتری در قبال مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) نشان دهند (ala, 2017, García-Sánchez & et al, 2021; Cuadrado-Ballesteros, 2017). اگرچه ادبیات نظر یکسانی در این خصوص ندارند، تحقیقات نشان داده کسب‌وکارهای خانوادگی از نظر اجتماعی و زیست‌محیطی مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به سایر شرکت‌ها داشتند (Berrone & et al, 2010, Cennamo & et al, 2012, Cruz & et al, 2014, Martínez-Ferrero & et al, 2017) و از سوی دیگر، برتون میلر و همکاران نشان می‌دهند شرایط مالکیت و مدیریت متفاوت اعضای خانواده بر میزان رعایت مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارد و یافته‌های تحقیقات ایشان ناهمگن بودن و نتایج متناقض تأثیر شرکت‌های خانوادگی در مشارکت فعالیت‌های عام‌المنفعه و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نشان داده است (Breton-Miller & et al., 2008). کوتلار و ماسیس نشان دادند سطوح مختلف مشارکت خانوادگی یک شاخص مهم ایجاد تفاوت در این نوع سازمان‌هاست (Kotlar & Masiss, 2013). در واقع ناهمگونی در مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیران اجتماعی می‌تواند ناشی از چندین منبع باشد و به ساختار حاکمیت و جنبه‌های بیرونی مانند هنجارها و فرهنگ تنظیمی بستگی دارد (Godfrey, 2005). بیشتر پژوهشگران ادعا

1. Davis & Blomstrom

می‌کنند شرکت‌های خانوادگی به دلیل هویت، تصویر و شهرت (Dyer & Whetten, 2009) و تعیین هویت (Gallo, 2004; Godfrey, 2005) بیش از شرکت‌های دیگر رفتار اخلاق‌مدار دارند. از سویی بعضی از مطالعات به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های خانوادگی نسبت به شرکت‌های غیرخانوادگی مسئولیت‌پذیری کمتری را دارند. مورک و یونگ ادعا می‌کنند که شرکت‌های خانوادگی به نظر خودانگیخته‌تر بوده و می‌خواهند خودشان پشتیبان علائق خود باشند (Morck & Yeung, 2003). در نهایت پژوهشگران دیگری همانند آدامز، تاشیان و شور نیز به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های خانوادگی گرایش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی یکسانی در مقایسه با شرکت‌های غیرخانوادگی دارند (Adams, Taschian & Shore, 1996). این نتایج ناهمگون باعث شده اخیراً تحقیقات به سمت مطالعه شرایط و مکانیزم‌هایی رفته است که بر مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکت‌های خانوادگی تأثیرگذار می‌باشند (Bingham, Dyer, Smith, & Adams, 2011). برخی از آنها به منابع ناهماهنگی تعهد مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های خانوادگی شامل ویژگی‌های شخصیتی خانواده، ارزش‌ها و فرهنگ (Déniz-Déniz & Cabrera, 2005) و ویژگی‌های فردی مدیر (Niehm, Swinney, & Miller, 2008)، تشخیص هویت (Berrone & et al, 2010) و یا عضویت مؤسس (Bingham & et al, 2011) اشاره کرده‌اند. گارسیا-سانچز و همکاران در تحقیقات خود عواملی مانند سرمایه‌گذاری‌های محیطی، منافع اجتماعی، منافع سهامداران را به‌عنوان عوامل مؤثر در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و کسب‌وکار خانوادگی بیان کردند (García-Sánchez & et al., 2021).

با توجه به مطالب بیان‌شده نتایج متناقض پژوهش‌ها در مورد بعضی متغیرهای مؤثر بر مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی مانند سرمایه‌گذاری‌های محیطی، منافع اجتماعی، منافع سهامداران، نوع صنعت و غیره در گزارش پژوهش‌های مختلف دیده می‌شود. هرچند هزینه‌های زیادی صرف این موضوعات شده است، نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام‌شده هماهنگ و یکدست نیست و حتی گاهی نتایج متناقضی در تحقیقات حاصل می‌شود. در واقع میزان اثر هر یک از عوامل ذکر شده را نمی‌توانیم بیابیم در چنین شرایطی تعیین این مطلب بسیار دشوار است که آیا تفاوت‌های بین نتایج مطالعات ناشی از شانس و تصادف است یا به دلیل تفاوت‌های نظری است که در ویژگی‌های مطالعات وجود دارد در این صورت از طریق فراتحلیل می‌توان به این سؤال پاسخ داد. از طرفی با وجود سیر صعودی تحقیقات در حوزه مسئولیت‌پذیری شرکت و کسب‌وکارهای خانوادگی تحقیقات کمی در این حوزه در ایران صورت گرفته است و شکاف عمیقی در بررسی نقش کسب‌وکارهای خانوادگی در توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ایران و جهان وجود دارد (بداللهی فارسی، ۱۳۹۷). با توجه به این موضوع به نظر می‌رسد یکی از راهکارهای بهبود کیفیت پژوهشی فراهم‌آوردن شرایط مطلوب برای نظم‌بخشی علمی و برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های علمی و پژوهشی مناسب‌تر با استفاده از روش‌های متنوع علم‌سنجی است از سوی دیگر توجه به ارتباطات میان‌رشته‌ای و نیز همکاری‌های علمی پژوهشگران داخلی و نیز بین‌المللی ضمن بهره‌مندی از دانش و تجارب میان‌رشته‌ای می‌تواند سبب ارتقای کیفیت پژوهش‌های انتشارات علمی و تخصصی و نیز معرفی بهترین مراکز علمی داخلی خارجی شود؛ علاوه بر ترویج این دانش می‌تواند بر بهبود کسب‌وکارهای خانوادگی تأثیرگذار باشد بر اساس مطالب بیان‌شده هدف تحقیق حاضر پاسخ به این سؤال است که وضعیت پژوهش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی طی سال‌های ۱۹۹۷ تا مارس ۲۰۲۱ چگونه است و چه سیری داشته است؟ برای پاسخ‌گویی به این سؤال ابتدا با رویکرد علم‌سنجی به بررسی کلی مقالات منتشرشده با موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت و کسب‌وکارهای خانوادگی پرداخته و در نهایت از میان این مقالات، مقالات مناسب با رویکرد کمی انتخاب و از تکنیک فراتحلیل به

بررسی همگنی آنها پرداخته می شود.

سؤال‌های پژوهش

۱. تولید و انتشار مقاله‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری شرکت در کسب‌وکارهای خانوادگی در مجلات داخلی و خارجی به چه صورت بوده است؟
۲. کدام کشورها طی سال‌های ۱۹۹۷ تا مارس ۲۰۲۱ بیشترین میزان تولیدات علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی را داشته‌اند؟
۳. کدام دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و علمی طی سال‌های ۱۹۹۷ تا مارس ۲۰۲۱ بیشترین میزان تولیدات علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی را داشته‌اند؟
۴. کدام دسته از نویسندگان، سهم بیشتری در تبیین مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی دارد؟
۵. کدام مجلات، سهم بیشتری در تبیین مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی دارد؟
۶. طبقه‌بندی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی، چگونه بوده و آیا از همگنی لازم برخوردار است؟
۷. عوامل تعدیل‌گر مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی که پیش‌ازاین در تحقیقات به آنها اشاره مستقیم نشده است، کدام موارد است؟

چارچوب نظری

شناخت و ارزیابی وضعیت پژوهشی امری ضروری برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران پژوهشی و نیز محققان بوده و یکی از کارآمدترین شیوه‌های بررسی وضعیت کلی پژوهش استفاده از مطالعات علم‌سنجی با بررسی مقالات پژوهشی منتشرشده در نشریات علمی است. در این مطالعات از تولیدات علمی اندازه‌گیری کمی به عمل می‌آید که می‌تواند تا حدودی مشخص کند که فراوانی پژوهش‌ها و روند آنها در هر کشور، هر نهاد، هر رشته علمی و هر فرد چگونه است؟ پژوهشگران چه زمینه‌ها و سؤالاتی را برای پژوهش خود برمی‌گزینند؟ و در چه زمینه‌ها سؤالاتی مورد غفلت واقع می‌شود؟ (شریفی، ۱۳۸۲). علم‌سنجی با به‌کارگیری روش‌های مختلف و ابزارهای تعریف‌شده توسط متخصصان این رشته می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای مطالعات آینده در حوزه‌های مختلف قرار گیرد. علم‌سنجی و آینده‌پژوهی دو حوزه بین‌رشته‌ای نوظهور هستند که اهداف نسبتاً مشترکی در عرصه علم و فناوری و سیاست‌گذاری دارند. مطالعات علم‌سنجی که در تمام اقتصادهای توسعه‌یافته جهان انجام می‌شود کاربرد بسیار وسیعی در علم داشته و به‌سرعت در حال رشد در این حوزه است. با به‌کارگیری فنون علم‌سنجی شناخت کاملی نسبت به وضعیت موجود به دست آمده و بر اساس اطلاعات حاصل شده از آن به شناخت روندها و نقاط قوت و ضعف مطالعات پرداخته می‌شود (azeng & et al, 2020).

پیشینه پژوهش

یزدانی و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای مروری با عنوان (علم‌سنجی: مروری بر مفاهیم، کاربردها و شاخص‌ها) با هدف معرفی علم‌سنجی و کاربردهای آن به معرفی تعدادی از شاخص‌های پرکاربرد این زمینه برای سیاست‌گذاران، مدیران و پژوهشگران در حیطه علوم پزشکی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از فواید علم‌سنجی به‌عنوان

رویکردی جدید به متون در تمامی رشته‌هاست که با هدایت صحیح دانشگاهیان منجر به هدایت صحیح آنها در راستای اهداف کلان ملی و دانشگاهی می‌شود. در تحقیقی دیگر، احمدی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان (مروری بر کارکردهای تحلیل هم‌واژگانی) نشان دادند که تحلیل هم‌واژگانی و خلاصه‌سازی مدارک، تشخیص دقیق‌تری نسبت به حوزه موضوعی تحقیقات ارائه می‌دهد و توان آن را دارد تا با کشف روابط پنهان میان مفاهیم و ایجاد سلسله‌مراتب در هستی‌شناسی علوم بپردازد.

هاشمی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تحلیل علم‌سنجی پژوهش‌های مدیریت دانش ایران در پایگاه استنادی جهان اسلام (آی.اس.سی) به تحلیل وضعیت پژوهش‌های فارسی‌زبان در حوزه مدیریت دانش در پایگاه آی.اس.سی با تکنیک علم‌سنجی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش کلیه پژوهش‌های مدیریت دانش که در بازه زمانی ده ساله (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶) در پایگاه آی.اس.سی نمایه شده‌اند بوده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و ترسیم نقشه‌های این پژوهش از نرم‌افزارهای بیب‌اکسل، یو.سی.آی نت، نت دراو و ووز-ویور استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داده است که تعداد مقالات آی.اس.سی در بازه زمانی ده ساله (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶) روی هم‌رفته دارای رشدی نسبی بوده است. از نظر شاخص‌های تعداد مقاله، تعداد استناد و شاخص اچ، «اخوان پ» برترین نویسنده ایران در حوزه مدیریت دانش به شمار می‌رود. همچنین، از نظر شاخص‌های هم‌نویسندگی، مجدداً «اخوان پ» حائز بهترین جایگاه در شبکه است. همچنین، نتایج مربوط به خوشه‌بندی نشان داد که پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه مدیریت دانش از هشت خوشه موضوعی اصلی تشکیل شده‌اند.

اژدری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان ترسیم نگاهت علمی برای تحقیقات مسئولیت اجتماعی در حوزه سلامت با استفاده از روش تحلیل خوشه‌ای موضوعی به تحلیل و ترسیم نگاهت تولیدات علمی بین‌المللی در زمینه مسئولیت اجتماعی در حوزه سلامت پرداخته‌اند. ایشان با روش مرور نظام‌مند و با استفاده از عبارات جستجوی تعریف‌شده در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس در عنوان مقالات و در بازه زمانی سال‌های ۱۹۰۰ تا ۲۰۱۹ تحقیقات منتشرشده در حوزه مسئولیت اجتماعی در صنعت بهداشت و درمان را مورد بررسی عمیق قرار داده‌اند. برخی از این مقالات بر اساس تطابق معیارهای ورود و خروج انتخاب و اطلاعات مورد نیاز جهت تحقق اهداف تحقیق از آنها استخراج و مورد کنکاش علمی قرار گرفتند. پس از جستجو، غربالگری و ارزیابی کیفی مطالعات، تحلیل نهایی روی ۵۲۸ مقاله انجام و تحلیل عمیق مقالات منتخب نشان داد که بیشترین تحقیقات در زمینه مسئولیت اجتماعی در حوزه سلامت مربوط به سال ۲۰۱۷ میلادی است و کشورهای آمریکا، انگلستان و استرالیا به ترتیب بالاترین تعداد تحقیقات و ارتباط بین نویسندگان را از آن خود کرده‌اند.

مطالعات علم‌سنجی میان پژوهش‌های خارجی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. بر همین مبنا رتبه‌های مهم و اساسی مدیریت و کسب‌وکار در گرایش‌های مختلفی مانند مدیریت دانش (Serenko & et al, 2021)، نوآوری (Pohi, 2021) و کارآفرینی (Inkizhinov & et al, 2021) تجزیه و تحلیل علمی شد.

اخوان و همکاران در یک مطالعه علم‌سنجی به بررسی ۵۰۰ مقاله پراستناد در حوزه مدیریت دانش از نظر شاخص‌هایی نظیر تعداد نویسندگان، تعداد ارجاعات صفحات کلیدواژه‌ها، تعداد استنادات و چند شاخص دیگر پرداختند نتایج پژوهش آنان نشان داد که مقالات پراستناد در مدیریت دانش بیشتر مربوط به پژوهشگران ایالات متحده و انگلستان بوده است (Akhavan & et al., 2016). الاجمی و الحاجی در پژوهشی با استفاده از فنون علم‌سنجی تعداد ۴۷۵ مقاله منتشرشده در مجله مدیریت اطلاعات و دانش در بازه زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۶ را بررسی کردند و نشان

دادند که تعداد مقالات این مجله در گذر زمان از رشد نسبی برخوردار بوده است (Alajmi & Alhaji, 2018). همچنین پژوهشگران کشورهای ایالات متحده، هند و استرالیا جزء پیشتازان چاپ مقاله در مجله بوده‌اند. فراموسکا و ورونا در پژوهشی با استفاده از یک رویکرد علم‌سنجی، تغییر در تحقیقات مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها را طی یک دوره ۴۶ ساله بررسی می‌کند (Ferramosca & Verona, 2019). این یک تجزیه و تحلیل آماری تاریخی است که موضوعات اصلی، منابع و کشورهای منتشر شده با موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها را بررسی می‌کند. این ترکیب از تجزیه و تحلیل کتاب‌سنجی را روی نمونه‌ای از ۲۵۸۳ مطالعه حاصل از اسکوپوس (۱۹۷۳ تا ۲۰۱۸) اعمال می‌کند. این تحلیل‌ها بین‌رشته‌ای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها را نشان می‌دهد. دوم، این مطالعه موضوعات بی‌شماری را در تاریخ تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به رسمیت می‌شناسد و نشان می‌دهد چگونه این موضوعات با گذشت زمان پدیدار می‌شوند، از بین می‌روند یا ثابت می‌مانند؟ سوم، الگوهای تکامل از نظر مباحث در مجله علمی تخصصی و همکاری‌های مشترک با کشورها را منعکس می‌کند. سرانجام، این تحقیق با برجسته‌سازی جدیدترین و داغ‌ترین موضوعات، آخرین ارزیابی را در مورد وضعیت مقالات در این زمینه ارائه می‌دهد و به ناهمگن بودن نتایج تحقیقات به دلیل بین‌رشته‌ای بودن اشاره دارد.

لین در تحقیق خود به ارائه یک دیدگاه جامع از وضعیت و ساختار دانش تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته است و موضوعات اصلی مطالعات این حوزه، شاخه‌های تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نویسندگان برجسته، کشورها و همچنین پراستنادترین منابع را مشخص نموده است (Lin, 2019). نویسندگان برای بررسی از روند اخیر تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ۴۹۰۱۴ مقاله را در ۱۵ مجله تخصصی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که بین سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۶ منتشر شده‌اند، با تجزیه و تحلیل کتابشناختی و تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی بررسی کردند. یافته‌ها-نتایج ۱۵ موضوع تحقیق در تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مشخص کرد. بر این اساس این مطالعه نشان می‌دهد که بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیشترین موضوع در زمینه تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست و انتشارات مربوط به "پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها" با روند چشمگیری افزایش یافت. به علاوه، بقیه ۱۴ عنوان دارای یک وضعیت راکد بود. بیشتر نویسندگان برجسته تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از کشورهای انگلیسی‌زبان بوده‌اند. تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با موضوعات متنوع به‌طور هم‌زمان توجه محققان را از کشورهای توسعه یافته جلب کرد. از طرف دیگر ایشان در تحقیقات خود به ناهم‌هنگ بودن نتایج تحقیقات اشاره کرده‌اند که خود زمینه تحقیقاتی زیادی را ایجاد می‌کند.

زنگ و همکاران در تحقیقی با عنوان مسائل محیطی و مسئولیت اجتماعی با رویکرد علم‌سنجی به بررسی مقالات از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۰ در حوزه مسائل زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته است ایشان با استفاده از تجزیه و تحلیل هم‌اسنادی و همراه با خوشه‌بندی الگوی حاکم بر تحقیقات این حوزه را نشان داده‌اند و علاوه بر آن ایشان در تحقیقات خود سیر صعودی تحقیقات را نشان داده و بیان کرده‌اند بیشترین تعداد تحقیقات برای سال ۲۰۲۰ بوده و از سال ۲۰۱۶ نرخ صعودی آن آغاز شده است و تعداد مقالات در کشورهای توسعه یافته زیادتر است (Zeng & et al., 2020).

با وجود انجام برخی پژوهش‌های مدیریتی و کارآفرینی با رویکرد علم‌سنجی و فراتحلیل در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت در کسب‌وکارهای خانوادگی در مطالعات داخلی و خارجی یافت نشد به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی در کسب‌وکارهای خانوادگی با توجه ماهیت کسب‌وکارهای خانوادگی و توجه آنها به نسل

آینده و همین‌طور اهمیت وجه اجتماعی از نظر صاحبان این کسب‌وکار موضوع مسئولیت اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز تولیدات رو به رشد پژوهش‌های مدیریتی و کارآفرینی در حوزه مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی باشد. بنابراین با وجود خلأ پژوهشی در زمینه علم‌سنجی مقالات مدیریتی و کارآفرینی در حیطه مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی به نظر می‌رسد تجزیه و تحلیل توصیفی با تکنیک علم‌سنجی در این زمینه کنکاشی ضروری باشد.

از طرف دیگر با وجود اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی و غیرمالی شرکت‌ها پژوهش‌های زیادی در این حوزه‌ها به صورت مجزا یا ترکیب این دو صورت گرفته است و حجم وسیعی از منابع مالی و انسانی را به خود اختصاص داده‌اند (Zhao, 2020). هرچند هزینه‌های زیادی صرف این موضوعات شده است، نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام‌شده هماهنگ و یکدست نیست و حتی گاهی نتایج متناقضی در تحقیقات حاصل می‌شود. در واقع میزان اثر هر یک از عوامل ذکرشده را نمی‌توانیم بیابیم به همین علت از نقد روش شناسانه (فراتحلیل) برای این موضوع کمک گرفته و تا به نتایج ملموس دست یابیم.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از رویکرد علم‌سنجی و همچنین روش فراتحلیل استفاده شده است (به صورت ترتیبی). جامعه آماری پژوهش حاضر را، کلیه مقالات و مدارک علمی نمایه‌شده پژوهشگران و نویسندگان جهانی در حوزه "مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی" تشکیل می‌دهند که طی سال‌های ۲۰۰۰ تا مارس ۲۰۲۱ در مجلات پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس منتشر و نمایه‌سازی شده‌اند. برای گردآوری اطلاعات از پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس، با مراجعه به این پایگاه به آدرس apps.webofknowledge.com با محدودکردن سال انتشار مدارک علمی به (all years) و استفاده از فرمول TOPIC: (corporates social responsibility) AND TOPIC: (family business) ۲۶۲ مدرک و مقاله علمی که طی سال‌های در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی به چاپ رسیده است، بازیابی و استخراج شده‌اند. جهت تحلیل نتایج و پاسخ‌گویی به سؤالات اول از نرم‌افزار HistCite استفاده شده است. برای پاسخ‌گویی به سؤال آخر از روش فراتحلیل استفاده شده است با انجام یک مطالعه فراتحلیل، می‌توان متغیرها و زمینه‌های بیشتری را در ارتباط با یک مسئله شناسایی و تحقیق کرد؛ بنابراین نتایج تحقیقات می‌تواند تکمیل‌کننده یکدیگر بوده و در یک الگوی نسبتاً جامع ارائه شود (Rosset, 2012). از نظر روش‌شناختی، فراتحلیل، می‌تواند آزمون‌های پژوهش‌های انجام‌شده به لحاظ روایی و پایایی آنها، شناخت ظرفیت‌ها و محدودیت‌های پژوهش‌ها و ضرورت انجام آنها باشد. در قسمت فراتحلیل از آنجاکه پیشینه‌های بازیابی شده می‌بایست از لحاظ روایی، اعتبار ابزار اندازه‌گیری و روش نمونه‌گیری بررسی می‌شدند، در این تحقیق پژوهش‌هایی که از لحاظ روش‌شناختی شرایط لازم را احراز کرده بودند، در نظر گرفته شدند. معیارهای ارزیابی و انتخاب مقاله‌ها در این پژوهش عبارت بودند از: داشتن شرایط لازم از نظر روش‌شناسی (فرضیه‌سازی، روش تحقیق، جامعه، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری، ابزار اندازه‌گیری، روایی و اعتبار ابزار، مفروضه‌های آماری، روش تحلیل آماری و صحیح‌بودن محاسبات آماری)، همخوانی موضوع پژوهش با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و شرکت‌های خانوادگی و کمی‌بودن پژوهش. برای تعیین جامعه آماری در قسمت فراتحلیل با مطالعه چکیده مقالات در ابتدا ۱۶۲ مقاله و بعد ۷۲ و سپس ۵۲ مقاله با هدف و شرایط پژوهش حاضر

تفکیک شده‌اند و در نهایت با مطالعه دقیق تر ۲۸ مقاله جامعه پژوهش حاضر را در قسمت فراتحلیل تشکیل داده‌اند که فهرست مقالات نهایی در جدول شماره ۱ ارائه شده‌اند.

جدول شماره ۱. مشخصات مقالات به تفکیک مجله

نام مجله	تعداد مقالات نهایی فرایند تحلیل	درصد فراوانی نسبی
کارآفرینی: تئوری و عمل ^۱	۲	۰.۰۷
مجله مدیریت کسب و کار خانوادگی ^۲	۱	۰.۰۳۵
بررسی مشاغل خانوادگی ^۳	۷	۰.۲۵
مجله استراتژی کسب و کار خانوادگی ^۴	۱	۰.۰۳۵
مجله اخلاق کسب و کار ^۵	۱۲	۰.۴۲
مجله تحقیقات کسب و کار ^۶	۲	۰.۰۷
مجله سرمایه گذاری کسب و کار ^۷	۱	۰.۰۳۵
مجله توسعه کسب و کار و مشاغل کوچک ^۸	۱	۰.۰۳۵
مدیریت زیست محیطی و مسئولیت پذیری اجتماعی ^۹	۱	۰.۰۳۵

مراحل اجرای این فراتحلیل بر اساس پژوهش راسل (Rossel, 2012) است که عبارت‌اند از: تعریف مسئله پژوهش، کدگذاری تحقیقات، بیان تفضیلی معیارهای انتخاب پژوهش‌ها، جست و جوی تحقیقات انجام شده در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها، انتخاب تحقیقات برای فراتحلیل، ارزیابی مقاله‌های پژوهشی، خلاصه کردن نتایج، محاسبه اندازه اثرها، تدوین سؤال‌ها و فرضیه‌های پژوهشی فراتحلیل، تجزیه و تحلیل توصیفی پژوهش‌ها، توصیف و تفسیر اندازه اثرها و ترکیب مطالعات (صانعی، ۱۳۸۴).

در مرحله ارزیابی و انتخاب مطالعات، مقاله‌های استخراج شده در گام قبل طی سه مرحله زیر پالایش شدند: در مرحله اول پالایش، پس از مرور اجمالی، مطالعاتی که تنها به یکی از دو مؤلفه اصلی یعنی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و شرکت‌های خانوادگی پرداخته بودند، مقالات کیفی، مورد کاوی بودند، کنار گذاشته شدند که در این مرحله از رکوردهای بازبازی شده فقط ۷۶ مطالعه برای پالایش مرحله دوم باقی ماند. در مرحله دوم پالایش با مرور و بررسی دقیق تر آن دسته از مطالعاتی که شاخص همبستگی آنها به طور کامل ارائه نشده و یا اینکه شاخص‌ها در قالب غیرهمبستگی (غیر از شاخص I²) ارائه شده بودند، کنار گذاشته شدند که در این مرحله ۵۲ مقاله برای پالایش نهایی باقی ماند. در نهایت، پس از مطالعه دقیق و کامل تک تک مقاله‌ها، مقالاتی که در تحقیق خود به بررسی مقایسه‌ای یافته‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کسب و کارهای خانوادگی و غیرخانوادگی پرداختند، حذف شدند و در نهایت

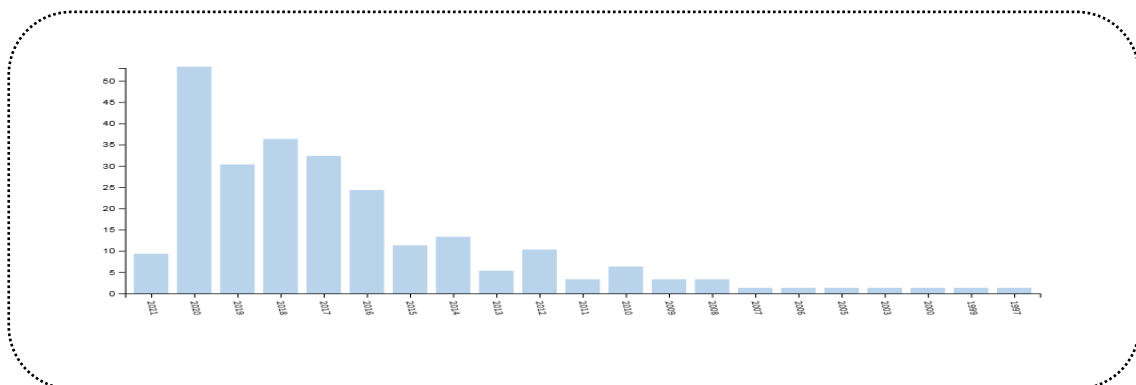
1. Entrepreneurship: Theory & Practice
2. Journal of Family Business management
3. Family Business Review
4. Journal of Family Business Strategy
5. Journal of Business Ethics
6. Journal of Business Research
7. Journal of Business Venturing
8. Journal of Small Business and Enterprise Development
9. Corporate Social Responsibility and Environmental Management

۲۸ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. در نهایت ما ۲۸ مقاله نهایی را با استفاده از شاخص I مورد سنجش قرار دادیم و اندازه اثر مقالات را با استفاده از نرم‌افزار CMA2 مورد تحلیل قرار دادیم.

یافته‌های پژوهش

پاسخ به سؤال اول پژوهش. تولید و انتشار مقاله‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری شرکت در کسب‌وکارهای خانوادگی در مجلات داخلی و خارجی به چه صورت بوده است؟

یافته‌های پژوهش نشان داد از ابتدای انتشار مجلات علمی و پژوهشی قبل سال ۱۹۹۷ مقاله‌ای منتشر نشده است. نتایج نشان می‌دهد بیشترین مقالات منتشر شده در این حوزه در سال ۲۰۲۰ با ۵۳ مقاله است. لازم به توضیح است با وجود اینکه هنوز سال ۲۰۲۱ پایان نیافته، تعداد ۹ مقاله چاپ شده است. نمودار ۱ نشان می‌دهد طی ۱۵ سال نخست تعداد کل مقالات ۳۶ مقاله بوده است و از سال ۲۰۱۶ به صورت چشمگیری رشد داشته و در سال ۲۰۲۰ به بیشترین تعداد خود رسیده است و بیش از نیمی از مقالات منتشر شده مربوط به سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۰ بوده است و در مجلات داخلی فقط یک مقاله در سال ۱۳۹۹ به چاپ رسیده است. در نمودار ۱ روند تولیدات علمی مدارک و مقالات حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی که در سطح جهانی به چاپ رسیده، قابل مشاهده است.



نمودار شکل ۱. روند مقالات حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی طی سال‌های مورد بررسی (منبع، وب آو ساینس)

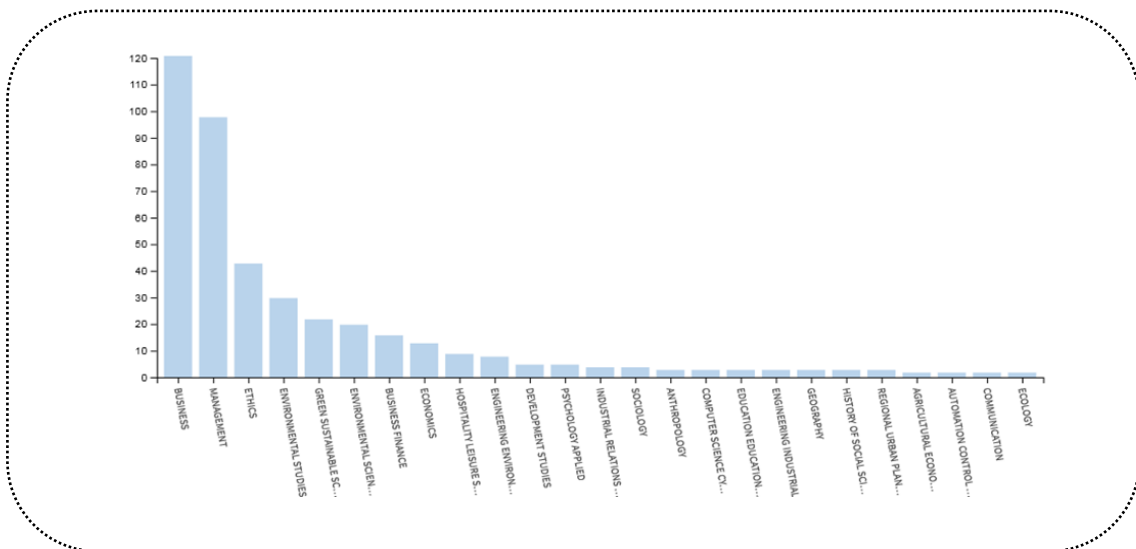
جدول شماره ۲ نشان می‌دهد نزدیک به ۹۶ درصد پژوهش‌ها یعنی ۲۴۵ مقاله به زبان انگلیسی، ۵ مقاله به زبان اسپانیایی و یک مقاله به زبان آفریقایی است.

جدول ۲. زبان مدارک و مقالات منتشر شده حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی که در سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۰

زبان مقالات	تعداد	درصد
انگلیسی	۲۴۵	۹۷.۵۵۱
اسپانیایی	۵	۲.۰۴۱
آفریقایی	۱	۰.۴۰۸

(منبع وب آو ساینس)

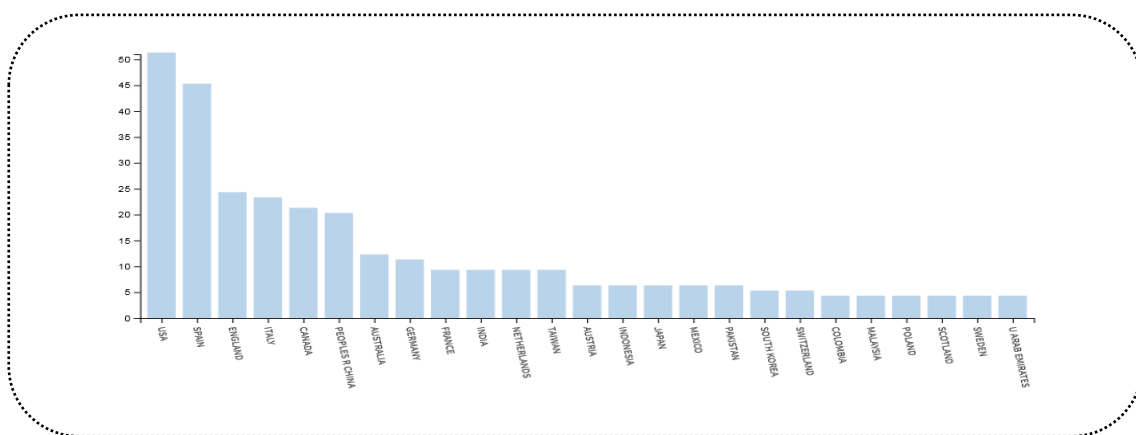
بررسی آثار علمی از نظر حوزه موضوعی مدارک و مقالات منتشر شده مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب و کارهای خانوادگی حاکی از آن است بیشترین تعداد مقالات در مجلات با موضوع کسب و کار به تعداد ۱۲۰ مقاله (۴۹٪)، مدیریت ۹۷ (۳۹٪)، اخلاق ۴۲ (۱۷٪)، مطالعات محیطی ۲۹ (۱۱٪)، تکنولوژی علوم سبز ۲۱ (۵۷.۸٪)، علوم محیطی ۱۹ (۷.۷٪)، سرمایه گذاری کسب و کار ۱۵ (۱.۶٪)، اقتصادی ۱۲ (۸.۴٪)، توریسم و مهمانداری ۸ (۳.۳٪)، مهندسی محیط زیست ۷ (۸.۲٪)، مطالعات توسعه ۴ (۱.۶۳۳٪)، روانشناسی کاربردی ۴ (۱.۶۳۳٪)، روابط صنعتی کار ۳ (۱.۲۲۴٪)، جامعه‌شناسی ۳ (۱.۲۲۴٪)، علوم کامپیوتر رایانه ۲ (۰.۸۱۶٪)، تحقیق آموزش و پرورش ۲ (۰.۸۱۶٪)، صنعت مهندسی ۲ (۰.۸۱۶٪)، جغرافیا ۲ (۰.۸۱۶٪)، تاریخچه علوم اجتماعی ۲ (۰.۸۱۶٪)، برنامه ریزی شهری منطقه‌ای ۲ (۰.۴۰۸٪)، سیاست اقتصاد کشاورزی ۱ (۰.۴۰۸٪)، سیستم‌های کنترل اتوماسیون ۱ (۰.۴۰۸٪)، ارتباط ۱ (۰.۴۰۸٪) و بوم‌شناسی ۱ (۰.۴۰۸٪) منتشر شده است.



نمودار ۲. دسته‌بندی مدارک علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب و کارهای خانوادگی در موضوعات مختلف (منبع، وب‌آو ساینس)

پاسخ به سؤال دوم پژوهش. کدام کشورها طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۱ بیشترین میزان تولیدات علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب و کارهای خانوادگی را داشته‌اند؟

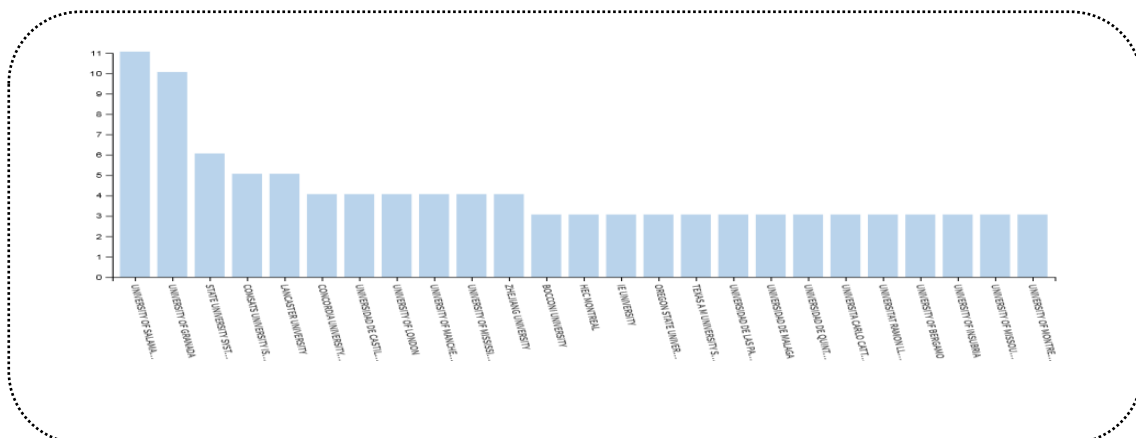
در نمودار ۳، کشورهایی که طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۱ بیشترین میزان تولیدات علمی در حوزه مورد بررسی را داشته‌اند قابل مشاهده‌اند. آمریکا ۵۱ مقاله (۲۰.۸٪)، اسپانیا ۴۵ مقاله (۱۸.۳۶۷٪)، انگلستان ۲۴ مقاله (۹.۷۹۶٪)، ایتالیا ۲۳ مقاله (۹.۳۸۸٪)، کانادا ۲۱ مقاله (۸.۵۷۱٪)، چین ۲۰ مقاله (۸.۱۶۳٪)، استرالیا ۱۲ مقاله (۴.۸۹۸٪)، آلمان ۱۱ مقاله (۴.۴۹۰٪)، فرانسه، هند، تایوان هرکدام ۹ مقاله (۳.۶۷۳٪)، اتریش، اندونزی، ژاپن، مکزیک، پاکستان هرکدام ۶ مقاله (۲.۴۴۹٪)، کره جنوبی، سوئیس هرکدام ۵ مقاله (۲.۰۴۱٪) و کلمبیا، مالزی، لهستان، اسکاتلند، سوئد و امارات متحده عربی هرکدام ۴ مقاله (۱.۶۳۳٪) منتشر کرده‌اند که بر اساس اعداد بیان شده، آمریکا بیشترین تعداد تولیدات علمی را داشته است.



نمودار ۳. کشورهای پرتولید در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۰ (منبع، وب آو ساینس)

پاسخ به سؤال سوم پژوهش. کدام یک از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و علمی طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۰ بیشترین میزان تولیدات علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی را داشته‌اند؟

در مجموع، ۳۹۷ دانشگاه و مؤسسات آموزشی و علمی در حوزه تولیدات علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کسب‌وکارهای خانوادگی فعالیت داشته‌اند که دانشگاه‌های سلیمانکا با ۱۱ مقاله، گرانا با ۱۰ مقاله و دانشگاه دولتی فلوریدا با ۶ مقاله بیشترین سهم را در تولید مدارک و مقالات حوزه مورد بررسی داشته‌اند و دانشگاه‌های کاستیا-لا مانچا، لندن، منچستر، میسیسی پی و ژجیانگ دارای ۴ مقاله و سایر دانشگاه‌ها، ۳، ۲ و فقط ۱ مقاله داشتند که در نمودار ۴ نشان داده شده است.

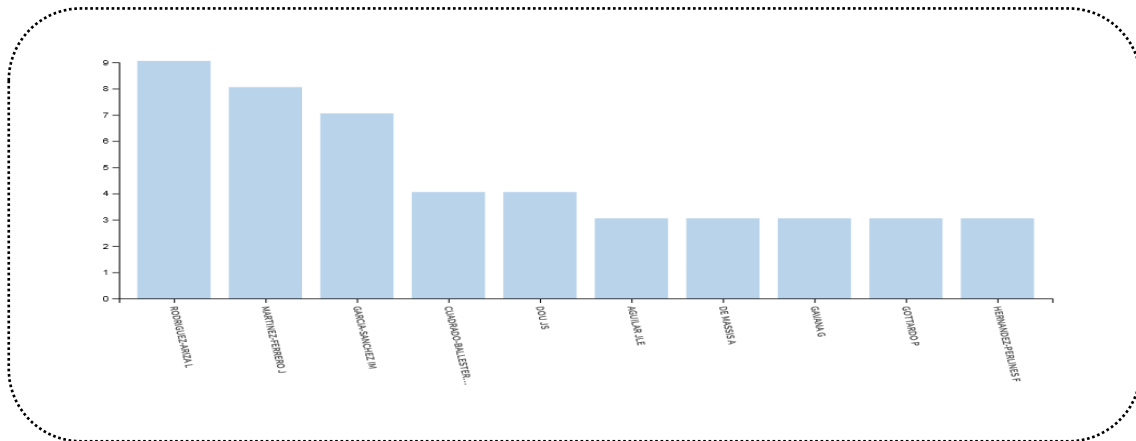


نمودار ۴. سهم دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و علمی در تولیدات حوزه مورد بررسی (منبع، وب آو ساینس).

پاسخ سؤال چهارم پژوهش. کدام دسته از نویسندگان، سهم بیشتری در تبیین مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی دارد؟

رودریگو-آریزال^۱ با ۹ مقاله و ۳۴۶ ارجاع، مارتیز-فروچ^۲ با ۸ مقاله و ۲۱۴ ارجاع، گارسیا-سانچز^۳ با ۷ مقاله و مقاله و ۲۱۲ اسناد بیشترین سهم در انتشار مقالات این حوزه را دارند.

1. RODRIGUEZ-ARIZA L
2. MARTINEZ-FERRERO J
3. GARCIA-SANCHEZ IM



نمودار ۵. سهم نویسندگان از انتشار مقالات حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی کسب و کارهای خانوادگی (منبع، وب آو ساینس)

جدول ۳. نویسندگانی که بیشترین سهم را در انتشار مقالات حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی و کسب و کارهای خانوادگی دارند

ردیف	نام نویسنده	تعداد مقاله	تعداد استناد
1	RODRIGUEZ-ARIZA L	9	346
2	MARTINEZ-FERRERO J	8	214
3	GARCIA-SANCHEZ IM	7	212
4	CUADRADO-BALLESTEROS B	4	122
5	DOU JS	4	108

پاسخ به سؤال پنجم پژوهش. کدام مجلات، سهم بیشتری در تبیین مسئولیت اجتماعی کسب و کارهای خانوادگی دارند؟

همان طور که در جدول ۴ نشان داده می شود ژورنال اخلاق مدیریت^۱ با ۳۱ مقاله بیشترین سهم را در انتشار مقالات این حوزه داشته است و بعداز آن پایداری^۲ با ۱۲ مقاله، ژورنال استراتژی کسب و کار خانوادگی^۳ با ۱۰ مقاله، ژورنال مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت محیطی^۴ با ۹ مقاله، بررسی کسب و کار خانوادگی^۵ با ۸ مقاله، استراتژی کسب و کار محیط زیست^۶ و مجله تولید پاک تر^۷ با ۶ مقاله، بررسی اخلاق کسب و کار اروپایی^۸ و مدیریت مشاغل آسیایی^۹ با ۵ مقاله دارای بیشترین تأثیر در این حوزه هستند.

1. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS
2. SUSTAINABILITY
3. JOURNAL OF FAMILY BUSINESS STRATEGY
4. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT
5. FAMILY BUSINESS REVIEW
6. BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT
7. JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION
8. BUSINESS ETHICS A EUROPEAN REVIEW
9. ASIAN BUSINESS MANAGEMENT

جدول ۴. تعداد مقالات چاپ‌شده با موضوع مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی ژورنال

ژورنال	تعداد	درصد
JOURNAL OF BUSINESS ETHICS	31	12.653%
SUSTAINABILITY	12	4.898%
JOURNAL OF FAMILY BUSINESS STRATEGY	10	4.082%
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT	9	3.673%
FAMILY BUSINESS REVIEW	8	3.265%
BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT	6	2.449%
JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION	6	2.449%
ASIAN BUSINESS MANAGEMENT	5	2.041%
BUSINESS ETHICS A EUROPEAN REVIEW	5	2.041%

پاسخ به سؤال ششم پژوهش. آیا نتایج تحقیقات کمی همگن بوده‌اند؟

جهت پاسخ‌گویی به این سؤال از فراتحلیل استفاده شده است، فراتحلیل مقالات و مدارک علمی ابتدا فهرست کامل مشخصات ۲۸ مقاله نهایی انتخاب شد؛ همان‌گونه که در قسمت روش‌شناسی بیان شده است در نهایت ۲۸ مقاله با استفاده از شاخص I² مورد سنجش قرار گرفت و اندازه اثر مقالات با استفاده از نرم‌افزار CMA2 تحلیل شد (جیو و همکاران، ۲۰۱۶). یک گام مهم و اساسی در هر فراتحلیل بررسی همگنی مطالعات است. بررسی همگنی و ناهمگنی نتایج مطالعات با استفاده از آزمون Q انجام می‌شود و معناداری این آزمون بیانگر دخالت متغیرهای تعدیل‌کننده‌ای مانند روش‌های پژوهش متفاوت، روش‌های آماری متفاوت، جنس نمونه‌های شرکت‌کننده در پژوهش، محل انجام پژوهش و غیره است که در این ناهمگنی نقش دارند (جلالی و همکاران، ۱۳۹۸). نتایج به‌دست‌آمده از آزمون Q در این پژوهش به شرح ذیل در جدول شماره ۴ ارائه شده است:

جدول شماره ۵. نتایج آزمون همگنی مطالعات

مدل	Q	خطای استاندارد	درجه آزادی	سطح معناداری	I ²
اثرات ثابت	۱۲۹۱.۰۹۷	۰.۰۰۷	۵۲	۰.۰۰	۹۵.۹۷

با توجه به جدول شماره ۵ آماره‌ی Q به‌دست‌آمده (۱۲۹۱.۰۹) در سطح ۰.۰۰ معنادار است؛ بنابراین با احتمال ۰.۹۹ درصد فرض صفر مبنی بر همگنی مطالعات رد شده و نتیجه می‌گیریم که مطالعات مورد بررسی ناهمگن هستند. همچنین شاخص I² نشان می‌دهد که ۹۵.۹۷٪ تغییرات کل ناشی از ناهمگنی مطالعات است. این ناهمگنی بیانگر دخالت متغیرهای تعدیل‌کننده در اندازه اثر کل به‌دست‌آمده است.

پاسخ به سؤال هفتم پژوهش. چه متغیرهای تعدیل‌گری موجب تفاوت در نتایج مقالات شده است؟

در این پژوهش نقش متغیرهای شاخص محیطی، نوع صنعت، سبک کسب‌وکار خانوادگی و نیز منابع مورد استفاده در هر تحقیق بررسی شده است.

جدول شماره ۶. نتایج آزمون متغیرهای تعدیل کننده

متغیر تعدیل گر	نوع متغیر/ تعداد	Q	Q بین دو عامل	سطح معناداری بین دو عامل	خطای شدت اثر استاندارد	سطح معناداری نهایی	نتیجه تأیید
شاخص محیطی	توسعه یافته (۳۷)	۷۸۳.۹۶	۳۹.۶۳	۰.۰۰۰	۰.۰۰۶	۰.۰۳۸	تأیید
	توسعه یافته و توسعه نیافته (۱۰)	۴۲۰.۴۷			۰.۰۳۶	۰.۰۰۰	
نوع صنعت	تولیدی (۲)	۱۲.۱۷	۱۶.۷۷	۰.۰۰۰	۰.۰۶۲	۰.۲۲۴	تأیید
	تولید و خدماتی (۴۹)	۱۲۵۸.۰۰۸			۰.۰۰۸	۰.۰۵۳	
سبک کسب و کار خانوادگی	مدیریت (۴)	۹۲.۰۷۳	۳۰.۹۷۷	۰.۰۰۰	۰.۰۰۷	۰.۰۸۶	تأیید
	مدیریت و سهامدار (۴۶)	۱۱۳۸.۷۶۶			۰.۰۱۱	۰.۰۳۷	
منابع مورد استفاده	پایگاه داده (۳۲)	۹۶۵.۱۷	۳۰.۴۳۵	۰.۰۰۰	۰.۰۰۹	۰.۰۳۷	تأیید
	پرسشنامه (۲۱)	۲۹۵.۴۷۴			۰.۰۱۲	۰.۰۸۳	

با توجه به اعداد سطح معناداری مقالات در شاخص محیطی، نوع صنعت، سبک کسب و کارهای خانوادگی و منابع مورد استفاده با یکدیگر متفاوت بوده و به عبارتی این متغیرها می توانند بر نتایج تحقیق تأثیرگذار باشند.

بحث و نتیجه گیری

قابل ذکر است از آنجایی که مقاله ای با موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی کسب و کارهای خانوادگی در جهان و ایران وجود ندارد، در قسمت بحث مقالاتی که به صورت کلی در حوزه مسئولیت پذیری انجام شده برای بحث و مقایسه استفاده شده است. تحقیق حاضر با هدف انجام به ارزیابی وضعیت انتشارات پژوهش های مسئولیت پذیری اجتماعی در کسب و کارهای خانوادگی با دو رویکرد علم سنجی و فراتحلیلی پرداخته است. در این پژوهش بر اساس رویکرد علم سنجی به بررسی و تحلیل سند منتشر شده در پایگاه ساینس در بین سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ پرداخته است. بخش عمده اسناد تحلیل شده در این پژوهش از نوع مقالات پژوهشی بوده اند. از شبکه استنادی به منظور شناسایی تاریخچه تکامل و پیشینه نظری این حوزه و همین طور شناسایی آثار و مؤلفین تأثیرگذار استفاده شد و در قسمت فراتحلیل به بررسی ۲۶ مقاله کمی برای شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر نتایج متناقض پژوهش ها پرداخته شده است که در ادامه تشریح می شود. یافته های پژوهش نشان داد از ابتدای انتشار مجلات علمی و پژوهشی قبل از سال ۱۹۹۷ مقاله ای منتشر نشده است، نتایج نشان می دهد بیشترین مقالات منتشر شده در این حوزه در سال ۲۰۲۰ با ۵۳ مقاله است. طی ۱۵ سال نخست تعداد کل مقالات ۳۶ مقاله بوده است و از سال ۲۰۱۶ به صورت چشمگیری رشد داشته که با نتایج تحقیق و در سال ۲۰۲۰ به بیشترین تعداد خود رسیده است و بیش از نیمی از مقالات منتشر شده مربوط به سال های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۰ بوده است و در مجلات داخلی فقط یک مقاله در سال ۱۳۹۹ به چاپ رسیده است. محققان در پژوهش خود نشان دادند رشد چشمگیر پژوهش های مسئولیت اجتماعی شرکت ها در حوزه سلامت از سال ۲۰۱۷ بوده است، اما با پژوهش های فراموسکا و ورونا متفاوت بوده و رتبه برتر انتشارات از سال ۲۰۱۷ در این مقاله به سال ۲۰۲۰ تغییر کرده است که این موضوع می تواند به دلیل یکی بودن مدت زمان بررسی آثار برای آنها تا سال ۲۰۱۸ بوده و دیگری بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها به صورت جامع بوده است و همین طور با پژوهش هایی درخصوص

زبان منتشرشده مدارک علمی نتایج پژوهش نشان داده بیش از ۵۰٪ از مدارک علمی تولیدشده در حوزه مورد بررسی مربوط به سه کشور ایالات متحده آمریکا، اسپانیا و انگلستان بوده است که با جمهوری اسلامی ایران سهمی در تولید انتشارات جهانی نداشته است (Ferramosca & Verona, 2019).

یافته‌های دیگر تحقیق نشان داد که بخش زیادی از تولیدات جهانی حوزه مورد بررسی به زبان انگلیسی بوده (بیش از ۹۴٪ از مدارک) و سایر زبان‌ها در اشاعه و انعکاس تولیدات علمی این حوزه نقش فعال و پویایی نداشته‌اند که با پژوهش‌های لین، فراموسکا و ورونا یکسان شده است (Ferramosca & Verona, 2019) (Lin, 2019). بیشترین مقالات مربوط به حوزه کسب‌وکار مدیریت و اخلاق بوده که با اژدری و همکاران (۱۳۹۹) یکسان بوده است. موضوعاتی که در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حوزه صنعت بهداشت فعالیت داشته‌اند مربوط به کسب‌وکار و سپس مدیریت بوده است. آمریکا ۵۱ مقاله (۲۸٪)، اسپانیا ۴۵ مقاله (۱۸.۳۶۷٪) و انگلستان ۲۴ مقاله در تولید مقالات این حوزه به صورت فعالانه‌تری عمل کرده‌اند اما در تحقیقات فراموسکا و ورونا سه کشور ایالات متحده آمریکا رتبه اول، انگلستان در رتبه دوم و چین در رتبه سوم قرار دارند و اسپانیا در رتبه هفتم است (Ferramosca & Verona, 2019). اژدری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقات خود نشان دادند آمریکا فعال‌ترین کشور از نظر تحقیقات انجام‌شده در زمینه مسئولیت اجتماعی در حوزه سلامت بوده و پس از آن انگلستان و استرالیا در مقام دوم و سوم و کشورهای کانادا و چین و ایتالیا در مقام‌های بعدی قرار داشتند. می‌توان نتیجه گرفت آمریکا و انگلستان کماکان جزء کشورهای تأثیرگذار در این حوزه بوده و رودریجوز-آریزال، مارتیزر-فرروج و گارسیا-سانچز جزء تأثیرگذارترین محققان این حوزه هستند. ژورنال اخلاق مدیریت با ۳۱ مقاله بیشترین سهم را در انتشار مقالات این حوزه داشته است و بعد از آن پایدار با ۱۲ مقاله، ژورنال استراتژی کسب‌وکار خانوادگی، در تحقیقات قبلی که مسئولیت‌پذیری شرکت را به صورت کلی بررسی می‌کردند ژورنال تولیدات پاک‌تر در مقام نخست قرار داشته است. در مجموعه ۳۹۷ دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و علمی در حوزه تولیدات علمی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی فعالیت داشته‌اند که دانشگاه‌های سلیمانکا با ۱۱ مقاله، گرانا با ۱۰ مقاله و دانشگاه دولتی فلوریدا با ۶ مقاله بیشترین سهم را در تولید مدارک و مقالات حوزه مورد بررسی داشته‌اند. در قسمت فراتحلیل ضمن بررسی دقیق پیشینه‌های بازتابی شده، در مرحله اول پالایش، ۸۵۰ مطالعه گردآوری شده، فقط ۷۲ مطالعه برای پالایش مرحله دوم باقی ماند. در مرحله دوم پالایش با مرور و بررسی دقیق‌تر آن دسته از مطالعاتی که به صورت کمی و دربرگیرنده مؤلفه‌های اصلی تحقیق بودند، کنار گذاشته شدند که در این مرحله ۵۲ مقاله برای پالایش نهایی باقی ماند. در نهایت، پس از مطالعه دقیق و کامل تک تک مقاله‌ها، آنهایی که تکراری بودند حذف شده و ۲۸ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. پایان کار، محققان ۲۸ مقاله نهایی را با استفاده از شاخص I مورد سنجش قرار داده و اندازه اثر مقالات را با استفاده از نرم‌افزار CMA2 مورد تحلیل قرار دادیم. با انجام آمار Q فرض مبنی بر همگنی مطالعات رد شده و ناهمگنی مطالعات مورد تأیید قرار گرفت و همچنین شاخص I2 نشان می‌دهد که ۹۵.۹۷٪ تغییرات کل ناشی از ناهمگنی مطالعات است. این ناهمگنی بیانگر دخالت متغیرهای تعدیل‌کننده در اندازه اثر کل به دست آمده است. در این پژوهش متغیرهای شاخص محیطی، نوع صنعت، سبک کسب‌وکار خانوادگی و نیز منابع مورد استفاده در هر تحقیق به عنوان تعدیل‌گر شناسایی و انتخاب شدند. نتایج به دست آمده نشانگر معناداری این متغیرها در ناهمگنی مطالعات بود که با نتایج تحقیق سرگو کانویتی (۲۰۱۸) یکسان شده است ایشان در تحقیقات خود که از روش فراتحلیل استفاده کرده‌اند نشان دادند شرایط محیطی و سبک کسب‌وکار خانوادگی بر مسئولیت‌پذیری کسب‌وکار خانوادگی تأثیر بگذارد. جدای از تأثیر متغیرهای

تعدیل کننده، مهم ترین نتیجه این ناهمگنی را می توان این دانست که پژوهش های مربوط به این حوزه روند انباشتی خود را طی نکرده است. درحالی که فقط با پیوند نتایج به دست آمده در پژوهش های متفاوت است که دانش بومی مرتبط با موضوع در فرایند زمان خلق می شود.

پیشنهاد های اجرایی پژوهش

۱. با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی برای جامعه که موجب می شود بسیاری از هزینه ها در جامعه کاهش یابد و ماهیت کسب و کارهای خانوادگی که رابطه مستقیم و مثبتی با مسئولیت اجتماعی دارند، توصیه می شود از کسب و کارهای خانوادگی حمایت شود؛
۲. با نگاهی بلندمدت به مسئولیت اجتماعی در کسب و کارها به این امر در کسب و کارها به ویژه کسب و کارهای خانوادگی توجه شود؛
۳. با وجود اینکه کشورهای توسعه یافته به صورت جدی به دنبال تحقیقاتی در زمینه مسئولیت اجتماعی هستند و این مقوله بسیاری از روابط بین المللی را تحت تأثیر قرار می دهد، پیشنهاد می شود کسب و کارهای خانوادگی برای ورود به عرصه جهانی در فعالیت خود شاخص های مسئولیت اجتماعی را رعایت کنند؛
۴. سیر صعودی تحقیقات در حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بیانگر اهمیت مسئله در وضعیت بهزیستی افراد، رشد اقتصادی و بهبود محیط زیست و محیط زندگی است که توجه بیشتری به این حوزه و همکاری های بین المللی با دیگر کشورها را می طلبد، از این رو به سیاست گذاران و برنامه ریزان توصیه می شود به این حوزه بیشتر توجه کنند.

پیشنهاد برای پژوهش های آتی

۱. تدوین طرح هایی برای انجام پژوهش هایی با محوریت کسب و کارهای خانوادگی و مسئولیت اجتماعی این کسب و کارها؛
۲. تلاش برای همکاری های بین المللی در زمینه پژوهش به منظور ارتقای جایگاه کشور در تولید علم و مسئولیت اجتماعی و کسب و کارهای کوچک؛
۳. گسترش همکاری های بین دولت، صنعت و دانشگاه در زمینه پژوهش های مربوط به مسئولیت اجتماعی و کسب و کارهای خانوادگی؛
۴. تلاش برای همکاری های بین المللی در زمینه پژوهش به منظور ارتقای جایگاه کشور در تولید علم.

فهرست منابع

- احمدی، علی و کوبکی، مرتضی. (۱۳۹۴). مطالعه ای پیرامون پیوند و مرز میان مدیریت اطلاعات و مدیریت دانش. بر اساس انتشارات داخلی نویسندگان ایرانی. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۰ (۳): ۶۴۷-۶۷۶
- اژدری علی، معین الدین محمود، حیرانی فروغ، نایب زاده شهناز. (۱۳۹۹). ترسیم نگاه علمی برای تحقیقات مسئولیت اجتماعی در حوزه سلامت با استفاده از روش تحلیل خوشه ای موضوعی. *طلوع بهداشت*. ۱۰، شماره ۴، صفحه: ۵۸-۷۲

جلالی، سید حسین، حسنگلی‌پور یاسوری، طهمورث، حیدری، علی و اعرابی، سید محمد. (۱۳۹۷). فراتحلیل عوامل مؤثر بر انتخاب الگوی کلان ساختاری در اتحادهای استراتژیک، پژوهش‌نامه مدیریت اجرایی علمی-پژوهشی، سال دهم، شماره ۱۹.

دلاور، علی. (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: ویرایش.

زارعی، عظیم، شرفی، وحید و ملکی، فاطمه. (۱۳۹۶). بررسی اثر بازاریابی رابطه‌ای مؤسسات خیریه بر واکنش‌های رفتاری خیرین-مورد مطالعه: کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ایلام، مجله راهبردهای بازرگانی، سال بیست پنجم، شماره ۱۲، صفحه ۱-۱۶.

شریفی ونداد. (۱۳۸۲). علم‌سنجی و علوم شناختی. تازه‌های علوم شناختی. ۵ (۲): ۸۹-۹۲.

علائی آرانی، محمد، موسوی چلک، افشین، سلامی، مریم و سهیلی، فرامرز. (۱۳۹۸). فراتحلیل گرایش مجله‌های علمی و پژوهشی داخلی به انتشار پژوهش‌های علم‌سنجی، دوفصلنامه علمی-پژوهشی دانشگاه شاهد. دوره ۵، شماره ۹، فروردین ۱۳۹۸، صفحه ۲۴۰-۲۲۵.

هاشمی، سید حامد، خاصه، علی‌اکبر. (۱۳۹۷). تحلیل علم‌سنجی پژوهش‌های مدیریت دانش ایران در پایگاه استنادی جهان اسلام (آی.اس.سی)، فصلنامه مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، مقاله ۶، دوره ۵، شماره ۳، شماره پیاپی ۱۹، صفحه ۷۱-۸۸.

یدالهی فارسی، جهانگیر، آقاجانی افروزی، علی‌اکبر، احمدپور داریانی، محمود، متوسلی، محمود. (۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی در کسب‌وکارهای خانوادگی و غیرخانوادگی. پژوهشنامه مدیریت اجرایی سال ۱۰ شماره ۲۰، ۹۷-۱۲۲.

یزدانی، کامران، نجات، سحرناز، رحیمی موقر، آفرین، قالیچی، لیلا، خلیلی، ملاحظ. (۱۳۹۳). علم‌سنجی: مروری بر مفاهیم، کاربردها و شاخص‌ها. مجله اپیدمیولوژی ایران. سال ۱۰، شماره ۴، صفحه ۷۸-۸۸.

Abeysekera, Amal P & Fernando, Chitru S., (2020). Corporate Social Responsibility versus Corporate Shareholder Responsibility: A Family Firm Perspective, *Journal of Corporate Finance*, <https://DOI.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.05.003>

Alajmi, B. & Alhaji, T., (2018). Mapping the field of knowledge management: bibliometric and content analysis of *Journal of Information & Knowledge Management* for the period from 2002-2016. *Journal of Information & Knowledge Management*, 17(03), 1850027. <https://doi.org/10.1142/S0219649218500272>

Akhavan, P., Ebrahim, N. A., Fetraati, M. A. & Pezeshkan, A., (2016). Major trends in knowledge management research: a bibliometric study. *Scientometrics*, 107(3), 1249-1264. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-1938-x>. [In Persian].

Austin, J. Stevenson, H. & Wei-Skillern, J., (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>

- Bingham, J.B. Dyer Jr, W, G. Smith, I. Adams, G, L., (2011). A Stakeholder Identity Orientation Approach to Corporate Social Performance in Family Firms. *Journal of Business Ethics*. Vol,99, Issue 4, pp, 565–585. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0669-9>.
- Block, J. Wagner, M. ,(2014). Ownership versus management effects on corporate social-responsibility concerns in large family and founder firms. *Journal of Journal of Family Business Strategy*. 5. pp. 339–346. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.08.005>
- Campopiano, G. De Massis, A. and Chirico, F., (2014). Firm Philanthropy in Small- and Medium-Sized Family Firms: The Effects of Family Involvement in Ownership and Management. *Family Business Review*. pp. 1 – 15. <https://doi.org/10.1177/0894486514538450>
- Canavati, S., (2018). Corporate social performance in family firms: a meta-analysis. *Journal of Family Business Management*. DOI:10.1108/jfbm-05-2018-0015.
- Cabrera-Suárez, K. Déniz-Déniz, C. Martín-Santana, J, D., (2015). Family Social Capital, Trust within the TMT, and the Establishment of Corporate Goals Related to Nonfamily Stakeholders. *Journal of Family Business Review*. pp. 1– 19. <https://doi.org/10.1177/0894486514526754>
- Carroll, A. B., (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(497–530). <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., Pearson, A. W., & Barnett, T., (2012). Family involvement, family influence, and family-centered non-economic goals in small firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 267-293. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00407.x>
- Cruz, C. Larraza-Kintana, M. Garcés-Galdeano, L. Berrone, P., (2014). Are Family Firms Really More Socially Responsible? *ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE*. 38, pp .1295-1316. <https://doi.org/10.1111/etap.12125>
- Cuadrado-Ballesteros, Beatriz, Lázaro Rodríguez-Ariza, Isabel María García-Sánchez, and Jennifer Martínez-Ferrero., (2017). Themediating effect of ethical codes on the link between family firms and their social performance. *Long Range Planning*50: 756–65. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2016.11.007>
- Cui, V. Ding, Sh. Liu, M. Wu, Zh.,(2018). Revisiting the Effect of Family Involvement on Corporate Social Responsibility: A Behavioral Agency Perspective. *Journal of Bus Ethics*. Vol, 152, Issue 1, pp. 291–309. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3309-1>
- Delmas, M.A and Gergaud, O., (2014). Sustainable Certification for Future Generations: The Case of Family Business. *Journal of Family Business Review*. Vol. 27(3). pp. 228–243. <https://doi.org/10.1177/0894486514538651>
- Dou, Junsheng, Zhang, Zhongyuan and Su, Emma., (2014). Does Family Involvement Make Firms Donate More? Empirical Evidence from Chinese Private Firms, *journal of Family Business Review*. <https://doi.org/10.1177/0894486514538449>
- Du, X., (2015). Is Corporate Philanthropy Used as Environmental Misconduct Dressing? Evidence from Chinese Family-Owned Firms. *Journal of Bus Ethics*. Vol,129, Issue 2, pp, 341–361. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2163-2>
- Du, X., (2017). Religious Belief, Corporate Philanthropy, and Political Involvement of Entrepreneurs in Chinese Family Firms. *Journal of Bus Ethics*. Vol, 142, Issue 2, pp, 385–406. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2705-2>

- Fernando, Chitru S., Mark P. Sharfman, and Vahap B. Uysal., (2017). Corporate environmental policy and shareholder value: Following the smart money. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 52(5), 2023-2051. <https://doi.org/10.1017/S0022109017000680>
- Ferramosca, S., & Verona, R., (2019). Framing the evolution of corporate social responsibility as a discipline (1973–2018): A large scale scientometric analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. DOI:10.1002/csr.1792
- Friedman, Milton., (2007). The social responsibility of business is to increase its profits, *New York Times Magazine*, 13, 32-33. https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6_14
- Gras-Gil, Ester; Manzano, Mercedes Palacios & Fernández Hernández., (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain, *journal of BRQ Business Research Quarterly*, 19, 289---299. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002>
- García-Sánchez, Isabel-María, Jennifer Martín-Moreno, Sana Akbar Khan, and Nazim Hussain. 2021a. Socio-emotional wealth and corporate responses to environmental hostility: Are family firms more stakeholder oriented? *Business Strategy and the Environment* 30: 1003–18. <https://doi.org/10.1002/bse.2666>
- García-Sánchez, Isabel-María, Lázaro Rodríguez-Ariza, and María-del-Carmen Granada-Abarzuza. 2021b. The Influence of Female Directors and Institutional Pressures on Corporate Social Responsibility in Family Firms in Latin America. *Journal of Risk and Financial Management* 14: 28. <https://doi.org/10.3390/jrfm14010028>
- Godfrey, P., (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review*, 30, pp, 777-798. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378878>
- Inkizhinov, B., Gorenskaia, E., Nazarov, D. and Klarin, A., (2021). "Entrepreneurship in emerging markets: mapping the scholarship and suggesting future research directions", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-11-2019-0988>.
- Kidwell, R.E. Kellermanns, F. W. Eddleston, K.A., (2012). Harmony, Justice, Confusion, and - Conflict in Family Firms: Implications for Ethical Climate and the “Fredo Effect”. *Journal of Bus Ethics*. Vol,106, Issue 4, pp, 503–517. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1014-7>
- Kotlar, J., & De Massis, A., (2013). Goal setting in family firms: Goal diversity, social interactions, and collective commitment to family-centered goals. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37, 1263-1288. DOI.10.1111/etap.12065
- Kruger, Philipp., (2015). Corporate goodness and shareholder wealth, *Journal of Financial*. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.09.008>
- Labelle, R, al Hafsi, T. Francoeur, C. Amar, W, B., (2015). Family Firms’ Corporate Social Performance: A Calculated Quest for Socioemotional Wealth. *Journal of Bus ics*. Vol,148, Issue 3, pp. 511–525. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2982-9>
- Liao, Y. Liu, X-Y. Kwan, H, K. Li, J., (2014). Work–Family Effects of Ethical Leadership. *Journal of Bus Ethics*. Vol,128, Issue 3, pp, 535–545. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2119-6>
- Liu, M. Shi, Y. Wilson, C. Wu, Zh., (2017). Does family involvement explain why corporate social responsibility affects earnings management? *Journal of Business Research*. Vol, 75. pp. 8-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.001>

- Liu, W., Yang, H., & Zhang, G., (2012). Does family business excel in firm performance? An institution-based view. *Asia Pacific Journal of Management*, 29, 965-987. <https://doi.org/10.1007/s10490-010-9216-6>
- Lulewicz-Sas, A., (2017). Corporate Social Responsibility in the Light of Management Science – Bibliometric Analysis. *Procedia Engineering*, 182, 412417. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.124>
- Lin, Y.-C., Padliansyah, R. and Lin, T.-C., (2020). The relationship and development trend of corporate social responsibility (CSR) literature: Utilizing bibliographic coupling analysis and social network analysis, *Management Decision*, Vol. 58 No. 4, pp. 601-624. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2018-1090>.
- Mariotti, Sergio, Riccardo Marzano, and Lucia Piscitello., (2021). The role of family firms' generational heterogeneity in the entry mode choice in foreign markets. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.064>
- McGuire, J. Dow, S. Ibrahim, B., (2012). All in the family? Social performance and corporate governance in the family firm. *Journal of Business Research*. Vol. 65, Issue 11, pp ,1643-1650. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.024>
- Miller, D., Le Breton-Miller, I., & Scholnick, B., (2010). Family and Lone Founder Ownership and Strategic Behaviour: Social Context, Identity and Institutional Logics. *Journal of Management Studies* 48:1. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00896.x>
- Rosseel, Y., (2012). Lavaan: An R package for structural equation modeling and more. *Journal of Statistical*, (Software, 48: 1-36.). [citation]
- O'Boyle, Jr, E, H. Rutherford, M, W. M. Pollack, J., (2010). Examining the Relation Between Ethical Focus and Financial Performance in Family Firms: An Exploratory Study. *Journal of Family Business Review*. 23(4). pp .310– 326. <https://doi.org/10.1177/0894486510375412>
- Panwar, R. Paul, K. Nybakk, E. Hansen, E. Thompson, D., (2014). The Legitimacy of CSR Actions of Publicly Traded Companies Versus Family-Owned Companies. *Journal of Bus Ethics*. Vol, 125, Issue 3, pp, 481–496. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1933-6>
- Peake, W, O. Cooper, D. Fitzgerald, M, A. Muske, G., (2017). Family Business Participation in Community Social Responsibility: The Moderating Effect of Gender. *Journal of Bus Ethics*. Vol,142, Issue 2, pp, 325–343. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2716-z>
- Stevens, Robin.et al., (2015). The Social and Economic Mission of Social Enterprises: Dimensions, Measurement, Validation, and Relation. 1042-2587© Baylor University. <https://doi.org/10.1111/etap.12091>
- Serenko, A., (2021). "A structured literature review of scientometric research of the knowledge management discipline: a 2021 update", *Journal of Knowledge Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2020-0730>.
- Pohi, H, (2021). Internationalisation innovation and academic–corporate co publication scientometrics. 126,1329-1358. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03799-6>.

- Terlaak, A. Kim, S. Roh, T., (2018). *Not Good, Not Bad: The Effect of Family Control on Environmental Performance Disclosure by Business Group Firms. Journal of Business Ethics*. Vol, 153. Issue 4, pp. 977-996. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3911-5>
- Wu, C. F., (2006). The Study of the Relations among Ethical Considerations, Family Management and Organizational Performance in Corporate Governance. *Journal of Business Ethics*. Vol. 68, No. 2 . pp. 165-179. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9063-z>
- Zhang, R., Zhu, J., Yue, H., & Zhu, C., (2010), Corporate philanthropic giving, advertising intensity, and industry competition level. *Journal of Business Ethics*, 94, pp. 39-52. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0248-0>
- Zhao, XP; Wu, C; Chen, CC; Zhou, ZC., (2020), The Influence of Corporate Social Responsibility on Incumbent Employees: A Meta-Analytic Investigation of the Mediating and Moderating Mechanisms, *Journal of Management*, Vol 20, No.45, pp 1-33
DOI: 10.1177/0149206320946108.
- Zeng, Zixuan; Hengsadeeikul, Thammanoon.,(2020).ENVIRONMENTAL ISSUES AND SOCIAL RESPONSIBILITY: A SCIENTOMETRIC ANALYSIS USING CITESPACE ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABILITY ISSUES ,Volume 8, Issue: 2, pp.1436-1419. DOI:10.9770/jesi.2020.8.2(83)
- Ahmadi H, Kokabi M. (2015), Co-word analysis: a study on the links and boundaries between information and knowledge management according to iranian press authors. 2015; 30 (3) :647-676, URL: <http://jipm.irandoc.ac.ir/article-1-2664-fa.html>, [In Persian].
- Azhdari A, Moin aldin M, Heirani F, Nayeb zadeh S. Drawing a Scientific Map for Social Responsibility Research in the Field of Health using Thematic Cluster Analysis Method. TB. 2020; 19 (1) :58-72, URL: <http://tbj.ssu.ac.ir/article-1-2989-fa.html> , [In Persian].
- Jalali, S. Hossein, Hasangholipour, Tahmoores, Heidari, Ali, Aarabi, Seyed Mohammad, (2019), Meta-Analysis of Effective Factors on Selection of Macro Structural Framework in Strategic Alliances, *jem.journals.umz.ac.ir*, v: 10, issue 19, pages 89-119, [In Persian].
- Zarei, A, Sharfi, V, Maleki, F, (2018), Investigating the effect of relationship marketing of charitable institutions on the behavioral reactions of donors (Study: Imam Khomeini Relief Committee, Ilam City), *Journal of Business strategies Shahed University, Twenty-fifth Year* No.12, Autumn & Winter2018-19, [In Persian].
- Sharifi, v,(2003), *Scientometrics and cognitive sciences*, <https://iranjournals.nlai.ir/handle/123456789/628171>, [In Persian].
- Alaee Arani, M. Musavi Chalak, A. Salami, M. Soheili, F.(2018), Evaluating the Attitudes of Iranian Scientific Journals towards Publishing of Scientometric Research: A Meta- Analysis Approach, *Scientific Bi-Quarterly of Shahed University* ,Vol. 5, No. 1, Spring & Summer 2019 (Serial 9), DOI: 10.22070/rsci.2018.693, [In Persian].
- Hashemi, Seyed Hamed, Khasseh, Ali Akbar,(2018). A Scientometric Analysis of Iranian Knowledge Management Research in Islamic World Science Citation Center (ISC), (3)5,71-88. DOI: 10.30473/MRS.2019.46160.1377, [In Persian].
- Yadolahi Farsi , j, Aghajani Afrozi ,A a, Ahmadpor Dariani , M, Motevaseli, M, (2019), *The effect of corporate social responsibility on financial performance in family and non-family businesses*, <https://dx.doi.org/10.22080/jem.2019.16013.2855>, [In Persian].
- Yazdani K, Nejat S, Rahimi-Movaghar A, Ghalichee L, Khalili M. (2015), *Scientometrics: Review of Concepts, Applications, and Indicators*. *irje*. 2015; 10 (4) :78-88, [In Persian].