

مؤلفه‌های ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی

نوید حبیبی¹، حسین وظیفه دوست^{2*} و پریش جعفری³

چکیده

مسئولیت اجتماعی سازمانها به‌عنوان دستورالعملی برای کسب و کار اخلاقی در سالهای اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. گستره این مفهوم و حرکت آن را می‌توان از تعداد زیاد انتشارات، کنفرانسها و سازمانهای فعال در این زمینه دریافت. این پژوهش با هدف ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی خراسان رضوی، شمالی و جنوبی و پیشنهاد الگویی برای سنجش آن انجام شد. جامعه آماری تحقیق اعضای هیئت علمی با مرتبه استادیار به بالا در دانشگاه آزاد شعب خراسان رضوی، شمالی و جنوبی بود که 1260 نفر بودند و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی 323 نفر از آنان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. بر اساس یافته‌های تحقیق پنج بعد اساسی در مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه وجود دارد که عبارت‌اند از: ابعاد بشردوستانه، اقتصادی، قانونی، اخلاقی و فناوری که بعد مسئولیت‌پذیری فناوری برای اولین بار در ابعاد مسئولیت‌پذیری سازمانی اضافه و 46 شاخصه نیز برای آن در نظر گرفته شد که این امر پژوهش را از پژوهشهای قبلی متمایز کرده است. می‌توان ادعا کرد که این مدل علاوه بر دارا بودن مزایای مدلهای مرور شده در بخش نظری، دارای بیشترین هماهنگی با شرایط موجود است و در نتیجه، بهینه‌ترین مدل برای بررسیهای داخلی را فراهم می‌آورد.

کلید واژگان: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، سطوح پاسخگویی اجتماعی.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی سازمانها به‌عنوان دستورالعملی برای کسب و کار اخلاقی طی سالهای اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. گستره این مفهوم و حرکت آن را می‌توان از تعداد کثیر انتشارات، کنفرانسها و

1. دانشجوی دکتری رشته مدیریت آموزش عالی واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران: habibi@gmail.com؛ n. 4

2. دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

* نویسنده مسئول: vazifehdust@yahoo.com

3. استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران: pjaafari@yahoo.com

پذیرش مقاله: 1395/5/13

دریافت مقاله: 1394/10/29

سازمانهای فعال در این زمینه دریافت. در سده اخیر دانشگاهها و مراکز آموزش عالی به‌عنوان یک سازمان در توسعه ملی نقش مهمی داشته‌اند. به همین اندازه مسئولیت اجتماعی دانشگاه در چند دهه اخیر با توجه به رشد تعداد دانشجویان و همگانی شدن آن و بالا رفتن انتظار دانشگاه در قبال جامعه، مورد توجه برنامه‌ریزان آموزشی در کشورهای مختلف قرار گرفته و نظام آموزش عالی بسیاری از کشورها یک‌سری از فعالیتها و برنامه‌های شغلی و حرفه‌ای را در اجتماع دانشگاهی گسترش داده‌اند (Gao, ۲۰۱۱)؛ به‌عبارتی، توسعه پایدار زمانی حاصل می‌شود که نقش مسئولیت اجتماعی در آن پررنگ باشد.

بر اساس مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از آنجایی که سازمانها نیز مانند اشخاص حقیقی عضوی از اجتماع به‌شمار می‌روند و مانند سایر اعضای جامعه در برابر محیط پیرامون خود مسئولیت دارند، ضروری است که علاوه بر بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی خود، ارتقای استانداردهای زندگی اجتماعی افراد جامعه را در دستور کار خود قرار دهند (Aluchna, ۲۰۱۰, p. ۶۱۲). همچنین سازمانها باید به‌منظور پاسخگویی اجتماعی در مقابل ذینفعان و سایر افراد جامعه، به دغدغه‌های جامعه در خصوص محیط زیست، امور اجتماعی و بشردوستانه اهمیت دهد و بسته به فرهنگ سازمانی خاص خود، به تدوین سیاستهای سازمانی مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی مبادرت ورزند (Ubius & Alas, ۲۰۰۹, p. ۹۰). علی‌رغم بدیهی بودن این موضوع که استقرار مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمانها بر اساس رهنمودهای استاندارد و طرح عملیات صورت می‌پذیرد، تا به حال تلاشهای محدودی برای شناخت راههای طراحی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار سازمانی و بازتاب ارزشها و هنجارهای مربوط به آن در سازمان صورت گرفته است. لذا، در مطالعات تکمیلی محققان تلاش کرده‌اند تا به تبیین مفاهیم مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بپردازند و مزایای به‌کارگیری آن را برای سازمانها تبیین و تشریح کنند. پژوهشهای ویک در سال ۱۹۷۹ توانست دریچه‌ای جدید در نحوه تفسیر و بیان رخدادهای مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمانها بگشاید. این مطالعات به مواردی اشاره دارد که افراد نمی‌توانند کارهای روزمره و تکراری خود را انجام دهند و باید برای مواجهه با واقعیت از مفاهیم جدیدی استفاده و برای کاهش ابهام، مطلوبیات مدنظر خود را با دیگران مقایسه کنند (Vander & Angela, ۲۰۱۰).
گرفین نیز در خصوص اهمیت توجه به مقوله مسئولیت‌های اجتماعی سازمانها آنها را هم‌تراز با ارزشهای سازمان در قبال جامعه می‌داند. در این خصوص، مسئولیت اجتماعی شرکتها به دنبال رسواییهای سازمانها، نگرانیها در قبال جهانی شدن و بی‌اعتمادی فزاینده به سازمانها به موضوع مهمی در دستور کار شرکتها تبدیل شده است (Daft, ۲۰۰۹, p. ۲۱۰).

کارول (Carrol, ۱۹۹۱) بیان می‌دارد که هر ساله حدود ۸ تا ۹ درصد از سرمایه‌گذاران در ایالات متحده به سرمایه‌گذاری در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی تخصیص می‌یابد. در مطالعات اولیه صورت گرفته در این زمینه ثابت شد که عملکرد اجتماعی سازمانها موضوع مهمی برای سیاستگذاران عمومی و مدیران و ذینفعان شده است و مدیریت روابط بین سهامداران، کارکنان، مشتریان، دولت و کمیته‌های محلی را به‌عنوان یکی از بخشهای مهم مسئولیت‌پذیری شرکت در حوزه درون سازمانی

می‌دانند (Steurer & Konrad, ۲۰۰۹, p. ۲۴).

مک‌گایر (1988) نیز معتقد است که شاید فعالیت اجتماعی به کسب منفعت در سازمان منجر شود، اما این دلیل ناکافی برای اعمال نقش اجتماعی سازمانی محسوب می‌شود. امروزه، بحث درباره اخلاقی کردن بازارها و کسب و کار مطرح است. بازارهای اخلاقی فضاهای اقتصادی هستند که مصرف‌کنندگان در آنجا محصولاتی را خریداری می‌کنند که مفهوم استاندارد از منافع اجتماعی و زیست محیطی داشته باشد. در این بازارها به سرمایه‌گذاران با رعایت مسائل زیست محیطی و اجتماعی توجه می‌شود. بازارهای اخلاقی به شش محور توسعه پایدار، سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی، حکمرانی خوب، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سازمانی و اقتصاد زیرزمینی توجه دارد (Tabatabai, ۲۰۱۱, p. ۸۷). رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت‌های اجتماعی از سوی سازمان سبب افزایش مشروعیت اقدامات سازمانی و بهبود مزیت رقابتی می‌شود و موفقیت سازمان را به همراه می‌آورد (Sharbat Oghlia, Afshari & Najmi, ۲۰۱۱).

یکی از تأثیرگذارترین سازمان‌های امروزی در کشورهای در حال توسعه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی هستند. این نگرش که مسئولیت‌پذیری اجتماعی خاص سازمانها و شرکتهای صنعتی و تولیدی است، به صورت نگرشی ناقص در مدیریت مطرح شده است. در مطالعه کاریما و همکاران (Karima, ۲۰۰۶, Oshima & Yamamoto) نشان داده شد که دانشگاه‌ها به‌مثابه سایر بخشهای اقتصادی در قبال جامعه مسئول و پاسخگو هستند تا جایی که واژه دانشگاه پاسخگو را برای مؤسسات آموزش عالی مطرح می‌کنند. گردهمایی کشورهای اروپایی در سال 2004 به موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌منظور تشریح اهمیت این مفهوم در دانشگاه‌ها اختصاص یافت. نجاتی و دیگران (Nejati, Shafaei, ۲۰۱۱, Salamzadeh & Daraei) با مطالعه ده دانشگاه برتر دنیا نتیجه گرفتند که این دانشگاه‌ها به‌صورت بسیار گسترده به دنبال توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی درونی هستند. در تحقیقات دیگری از جابور (Jabbour, ۲۰۱۰) دانشگاه‌ها یکی از سازمان‌های بسیار تأثیرگذار بر محیط نام برده شده‌اند.

از مهم‌ترین اقدامات در این زمینه می‌توان به مطالعات درباره ساخت خودروهای برقی، راهکارهای کاهش گازهای گلخانه‌ای، افزایش توجه اجتماعی به دانشجویان و افراد در حال تحصیل و غیره اشاره کرد. همچنین در کشور انگلستان دانشگاه‌ها به‌منظور برجسته کردن نقش اجتماعی خود به سمت خصوصی سازی فعالیت‌های عمومی حرکت کرده‌اند (Brown & Cloke, ۲۰۰۹, p. ۸۶). مطابق نتایج تحقیق لئونیداس و همکاران (Leonidas, Mary, Theofilos & Amalia, ۲۰۱۲) افزایش حس مسئولیت‌پذیری به ارتقای تعهد اجتماعی افراد در سازمانها منجر می‌شود و پایداری اجتماعی را به دنبال خواهد داشت. دانشگاه‌ها نیز با داشتن مسئولیت‌پذیری در قبال جامعه و مشتریان مستقیم خود (دانشجویان) در پرورش فرهنگ پاسخگویی نقش اساسی دارند.

بر اساس مطالعات اشاره شده، پرداختن به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی نه تنها برای سازمان‌های صنعتی و خدماتی، بلکه برای دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نیز ثمربخش است و به ساختن جامعه‌ای

متعهد کمک خواهد کرد. لذا، هدف از اجرای این تحقیق بررسی میزان مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی اجتماعی درک شده از سوی کارکنان و اعضای هیئت علمی دانشگاهها بود. در این مطالعه ابعاد مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی سنجیده شد. در نهایت، الگویی معرفی شد تا بتوان از طریق آن سهم عوامل مختلف در مسئولیت‌پذیری اجتماعی آموزش عالی را ارزیابی کرد.

بیان مسئله و پیشینه

یکی از مسائل مشترکی که دانشگاهها در سطح جهانی با آن روبه‌رو هستند، مسئولیت اجتماعی آنها در قبال محیط خود است، به‌طوری‌که بارون (Baron, ۲۰۰۷) و آراسته (Arasteh, ۲۰۱۰) آن را عنوان کرده‌اند. این موضوع و توجه به آن رو به افزایش است و این نوع نگاه به کارکردهای دانشگاهی اضافه شده است؛ مدیران امروز باید ابعاد اجتماعی عمومی حرفه خود را بشناسند و برای رویارویی با آثار سازمان خود برای محیط اجتماعی آماده باشند (Alvani, ۲۰۰۹) که محققان بنام مدیریت مانند وارن بنیس، چالز هندی، فیلیپ کاتلر، میچل پورتر و پیتر سنگه همگی بر این موضوع تمرکز داشته‌اند. همچنین دانشگاههایی مانند برکلی، بوستون، هاروارد، آکسفورد و استنفورد مراکز اختصاصی در خصوص اخلاق کسب و کار ایجاد کرده‌اند.

واحد‌های دانشگاهی، به‌خصوص دانشگاه آزاد، نشان داده‌اند که نمی‌توانند با به‌کار بردن رویکردها و راهبردهای قدیمی پاسخگوی نیاز ذینفعان و قشرهای مختلف جامعه باشند؛ به‌عبارت‌دیگر، انگاره و راهبردهایی که در خلال دهه گذشته تا امروز در آموزش عالی به‌کار می‌رفت، برای برآورده کردن انتظارات اقتصادی، علمی، سیاسی و اجتماعی منحصر به فرد نظام آموزش عالی این عصر مناسب نیست و نیاز است که دانشگاهها به سوی به‌کارگیری راهبردهای جدید حرکت کنند و هم اکنون دانشگاههای بسیاری در سطح جهان به دنبال تجدید نظر و اصلاح سیاستهای پیشین خود برای اعمال اصول پایداری در سیاستها و مدیریت خود هستند تا قابلیت‌های ناپایداری را که سالها از طریق آموزش عالی ترویج شده است، بررسی و در نوع رابطه خود با جامعه تجدید نظر کنند (Arasteh & Amiri, ۲۰۱۲).

در مجموع، این سؤالها مطرح می‌شود که عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی دانشگاهها چیست؟ آیا مدل مناسبی را برای ارتقای این متغیرها می‌توان ارائه کرد؟

مسئولیت اجتماعی: در باره مسئولیت اجتماعی شرکتها از دهه 1950 در ادبیات آکادمیک بحث شده و این مفهوم امروزه، به‌طور گسترده در تحقیقات حسابداری و مدیریت مورد توجه قرار گرفته است و با مروری بر روند تکامل مفاهیم آن واضح است که جنبشی از نگرش اخلاقی فلسفی به نگرش مدیریتی ایجاد شده است و به‌طور خاص در یک دهه اخیر مبانی اخلاقی در تصمیمات مدیریتی رشد یافته و پایه‌های هنجاری را برای مسئولیت اجتماعی شرکتها فراهم کرده است. مسئولیت اجتماعی شرکتها به‌طور چشمگیر از ظهور اولیه آن در دهه 50 تا کنون تکامل یافته و در طول این دوره این مفهوم از

رویه‌های ناهماهنگ و داوطلبانه به تعهدی واضح و صریح در پاسخ به فشارهای ذینفعان توسعه یافته و به تدریج به تعهدی مستمر و آنی تبدیل شده است (Boonstoppel, ۲۰۱۱).

مسئولیت اجتماعی شرکتها با رویکردی جدید و نوظهور در هزاره جدید کلیدی برای ایجاد تغییرات اساسی در اشخاص، سازمانها و جامعه و نیز اطمینان یافتن از توجه به کلید تفاوتها و تغییرات در سطح جامعه است؛ همچنین به‌عنوان مدلی جامع و جدید در قالب مدل DNA واحدهای کسب و کار به دنبال ایجاد ارزش حاکمیت مطلوب، مشارکت اجتماعی مناسب و یکپارچگی و امانتداری محیطی است. بنابراین، نسل جدید مسئولیت اجتماعی شرکتها در کسب و کار DNA به‌عنوان مدل جدید به دنبال چهار هدف اساسی ایجاد ارزش، حاکمیت شرکتی خوب، مشارکت اجتماعی و امانتداری محیطی است.

در این مدل پایداری و مسئولیت واژه‌هایی با تفسیر جدید و متفاوت، اما مکمل عناصر مسئولیت اجتماعی شرکتها به‌شمار می‌روند و از این رو، منظر پایداری به‌عنوان مقصد نهایی در چالشها، مأموریتها، راهبردها و اهداف در نظر گرفته می‌شود که مدیران باید به دنبال ارائه راه حل، پاسخگویی، مدیریت و انجام دادن اعمال مناسب در این مسیر باشند. در واقع، اعتقاد بر این است که نسل قبلی مسئولیت اجتماعی شرکتها ناکام بوده و مسئولیت اجتماعی شرکتها نسل جدید در قالب جنبش پایداری و مسئولیت به‌عنوان DNA جدید کسب و کار شکل گرفته و در حال تکامل است. به‌طور خلاصه، در عصر مسئولیت اجتماعی شرکتها به دنبال توصیف چگونگی تغییرات شخصی، سازمانی و اجتماعی و چالشهای مرتبط با آن در آینده کسب و کار در سطح حیاتی هستند (Visser, ۲۰۱۱).

مدلهای مفهومی مسئولیت اجتماعی سازمانها: با بررسی ادبیات در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمانها می‌توان مدلهای زیر را به‌عنوان مدلهای اصلی توضیح دهنده مسئولیت اجتماعی شرکتها بیان کرد: مدل هرمی کارول. طبق این مدل که در شکل ۱ نشان داده شده، مسئولیت اجتماعی شرکتها از چهار قسمت اقتصادی (به‌دست آوردن سود)، قانونی (هماهنگی با قوانین)، اخلاقی (اخلاق) و بشر دوستانه (شهروند خوب) تشکیل شده است (Geva, ۲۰۰۸). در این مدل مسئولیتهای اقتصادی از مسئولیتهای اصلی سازمان و همان سودآوری است. مسئولیتهای قانونی به این اشاره دارد که سازمان باید در چارچوب قوانین و مقررات جامع فعالیت اقتصادی خود را انجام دهد. سومین مسئولیت شرکتها، مسئولیت اخلاقی است که بر اساس آن از شرکتها انتظار می‌رود که ارزشها و هنجارهای جامعه را مد نظر داشته باشند و به آنها احترام بگذارند و در نهایت، مسئولیتهای بشردوستانه به فعالیتهای داوطلبانه شرکتها اشاره دارد.

بر طبق نظر کارول استفاده از این هرم مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت را به تصویر می‌کشد و این مدل تمام حوزه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت را به‌طور متمایز و در عین حال با همدیگر نشان می‌دهد. مؤلفه‌های مدل مسئولیت اجتماعی از نظر سلسله مراتبی اهمیت کمی دارند. بر این اساس، مسئولیت قانونی پایه محسوب می‌شود و همه مسئولیتهای دیگر دلالت بر مسئولیت اقتصادی دارند و از شرکتها انتظار می‌رود که در چارچوب قانون عمل کنند و بنابراین، مسئولیت قانونی لایه بعدی هرم است. در رأس این هرم مسئولیت بشردوستانه قرار دارد که اختیاری است و کمترین اهمیت را در هرم دارد. هر

چه به رأس هرم نزدیک می‌شویم، از اهمیت این مؤلفه‌ها کاسته می‌شود (Geva, ۲۰۰۸)



شکل 1- مدل هرمی کارول

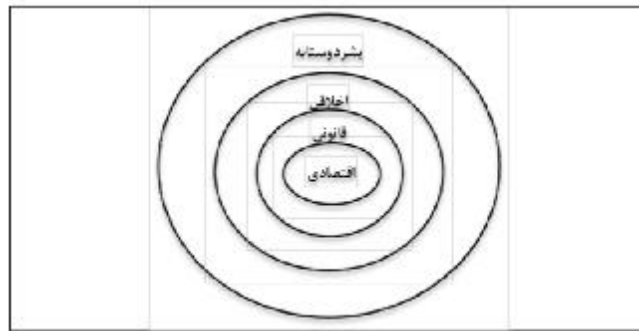
مدل دواير متقاطع. چارچوب مدل هرمی کارول نمی‌تواند طبیعت قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکتها را به‌طور کامل ارائه کند و ارتباط متقابل بین آنها را به‌تصویر بکشد. قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکتها در تعامل با هم قرار دارند و یکی از ویژگیهای جدایی‌ناپذیر مسئولیت اجتماعی شرکتها همان ارتباط متقابل است. بر این اساس، در مدل دواير متقاطع مسئولیتهای مختلف با یکدیگر روابط پویا و متقابل دارند و به‌طور خاص مسئولیت اقتصادی اساسی‌ترین مسئولیت به‌شمار نمی‌رود و همچنین اقدامات اقتصادی در جهت مسئولیت اجتماعی شرکت اهمیت کمتری نسبت به سایرین ندارد؛ به‌عبارت دیگر، مسئولیتهای قانونی، اخلاقی و بشردوستانه به همان اندازه مسئولیت اقتصادی برای کسب و کار اهمیت دارد.



شکل 2- مدل دواير متقاطع

مدل دواير متحد‌المركز. این مدل شبیه مدل هرمی است که در آن نقش اقتصادی کسب و کار هسته اصلی مسئولیت اجتماعی است. همچنین شبیه مدل دواير متقاطع است که در آن به روابط متقابل بین

قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت توجه می‌شود. بدین ترتیب که همانند مدل هرمی کارول مسئولیتهای اقتصادی در مرکز مدل قرار دارند، اما نسبت به سایر قلمروها اهمیت بیشتری ندارند. در مقابل، مسئولیتهای بشردوستانه بیشترین اهمیت را دارند، اما این مسئولیت نیز باید با توجه به قلمرو اقتصادی انجام شود. در این مدل (شکل 3) هر عضو دایره داخلی در عین حال عضو دایره گسترده‌تر بیرونی است، اما این رابطه بر عکس نیست (Geva, 2008).

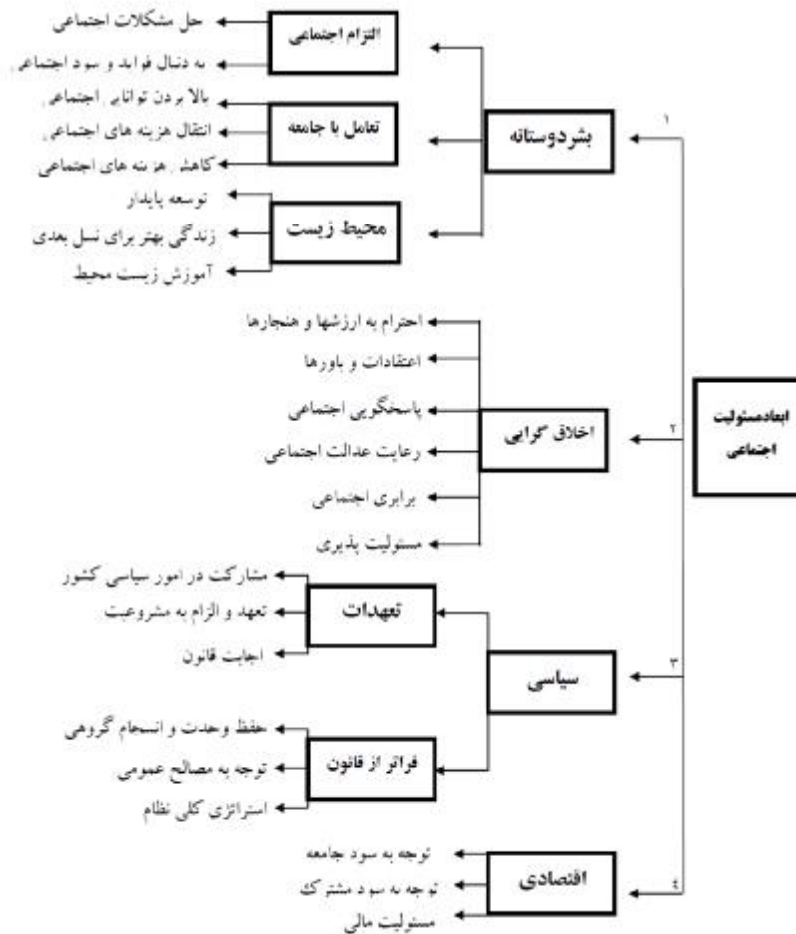


شکل 3- مدل دوایر متحد المركز

مدل مفهومی پژوهش: با استناد به مبانی نظری و تجربی حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، مدل مفهومی تحقیق با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های اثرگذار در این حوزه به شرح زیر تدوین می‌شود. از این رو، برای ارزیابی میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی درک شده در دانشگاه‌های مورد مطالعه از ابعاد معرفی شده در مدل کارول استفاده شده است. در این مدل بر اساس مؤلفه‌های مدل کارول و نتایج محقق ساخته میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه‌های مورد بررسی در پنج بعد اقتصادی، اجتماعی، زیست اخلاقی و کلی ارزیابی می‌شوند. سؤلهای پژوهش به قرار زیر بوده است:

1. ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در دانشگاه‌های مورد بررسی کدام‌اند؟
2. وضعیت موجود واحدهای دانشگاهی مورد مطالعه از نظر مسئولیت‌پذیری اجتماعی چگونه است؟
3. چه سازکارهای اجرایی برای ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه‌های مورد بررسی می‌توان ارائه کرد؟

ارزیابی مدل جهت ارتقاء به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی



شکل 4- مدل اولیه تحقیق (برگرفته از مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول)

ذاکرسالهی (۲۰۱۴، Zakersalehi) در پژوهشی با عنوان «آموزش‌عالی در گذار از توسعه پایدار به پساپایداری» بیان کرد که پارادایم‌های پنج‌گانه شامل رشد، توسعه، توسعه پایدار، پایداری و پسا پایداری

است که هدف پژوهش مذکور تبیین نقش و جایگاه آموزش عالی در هر یک از حوزه‌های مذکور است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در بستر زمان و با تکامل اندیشه‌ها و الگوهای توسعه همچنان که میزان توجه به محیط زیست و بوم‌شناختی ارتقا یافته است، نقش رهبری کننده و تلفیق کننده آموزش عالی برای تأمین مصلحت نسلهای آینده نیز بهبود یافته است.

پوراتاشی (۲۰۱۴، Pouratashi) در پژوهشی با عنوان «تلفیق پایداری در آموزش عالی: مبانی و چالشها» با اشاره به برخی از مهم‌ترین دلایل تلفیق پایداری در آموزش عالی شامل علائق فراگیران به مسائل پایداری، بودجه‌های پژوهشی اختصاص یافته به موضوعات توسعه پایداری، تضمین کیفیت خدمات برون دانشگاهی و ارتقای سطح صلاحیتهای شغلی فراگیران، مدل چهارمرحله‌ای تلفیق پایداری در آموزش عالی را، که راهنمایی ساده و مفیدی برای دستیابی به آموزش عالی پایدار است، ارائه کرده است. مشبکی و خلیلی شجاعی (۲۰۱۱، Moshabaki & Khalilishojaie) درباره رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمانها در وزارت نیرو بررسی کردند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمان و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان همبستگی مثبت و بالا وجود دارد و مدل ذهنی کارکنان اصلی‌ترین مؤلفه مؤثر بر مسئولیت‌پذیری است.

شافعی و احمدی (۲۰۱۲، Shafei & Ahmadi) در خصوص وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاهها و مراکز آموزش عالی غرب کشور بررسی کردند. جامعه آماری تحقیق اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاههای همدان، کردستان و کرمانشاه و بالغ بر 2000 نفر بودند که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری تعداد 210 نفر به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی احمدی (1391) استفاده شد که 27 سؤال دارد. این پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی و در طیف چهار درجه‌ای اهمال، اشتها، اهتمام و کمال می‌سنجد. یافته‌های تحقیق نشان داد که دانشگاههای مورد بررسی در بحث حمایت‌های اقتصادی و زیست محیطی امتیازی در سطح اهمال کسب کرده‌اند. مدل پیشنهادی پژوهش نشان داد که عناصر مربوط به تبعات اجتماعی و اقتصادی مسئولیت‌پذیری بیشترین امتیاز را برای سنجش این مفهوم در دانشگاهها داشته‌اند.

کیتز مولر و شیمشک (۲۰۱۲، Kitzmueller & Shimshack) درباره رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بخش تولید بررسی کردند. داده‌های مالی صد شرکت بین سالهای 2006-2009 جمع‌آوری شد و نتایج تحقیق نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکتها رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ یعنی افزایش یکی از این متغیرها افزایش متغیر دیگر را به همراه دارد.

وال محمدی (۲۰۱۴، Valmohammadi) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتها بر عملکرد سازمانی در سازمان بین‌المللی استاندارد ایزو 2600 در ایران پرداخت. در این تحقیق تأثیر حکومت سازمانی، حقوق بشر، شیوه‌های کار، محیط، مسائل مربوط به مصرف و مشارکت اجتماعی و توسعه بر عملکرد سازمانی بررسی شد. داده‌های مورد نیاز از 207 شرکت تولیدی جمع‌آوری و با استفاده از معادلات

ساختاری آزمون شد. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی بر عملکرد تأثیرگذار است و همچنین مشارکت و توسعه در افزایش عملکرد سازمانی نقش مهمی دارند.

هیریگوین و پولین رم (۲۰۱۴, Hirigoyen & Poulain-Rehm) در خصوص رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی بررسی کردند. جامعه آماری شامل 329 شرکت پذیرفته شده بین سالهای 2009-2010 در سه منطقه جغرافیایی (ایالت متحده آمریکا، اروپا و آسیا) بود. در این تحقیق مسئولیت اجتماعی در قالب مؤلفه‌های منابع انسانی، رعایت حق و حقوق در محل کار، تعهد سازمانی، احترام به محیط زیست و رفتار بازاریابی و حکمرانی بررسی شد. نتایج تحقیق نشان داد که نه تنها مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکتها تأثیر مثبت ندارد، بلکه عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکتها تأثیر منفی دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از بُعد هدف، توسعه‌ای - کاربردی و از دیدگاه توسعه‌ای به دنبال ارائه مدلی برای ارتقای مسئولیت اجتماعی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی بود و این مهم به درک بهتر موضوع و افزایش دانش در این زمینه منجر شد؛ لذا، تحقیقی توسعه‌ای است و با توجه به اینکه محقق به دنبال توسعه دانش کاربردی در زمینه حل مسائل و بهبود مسئولیت اجتماعی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی بود، به‌طوری که نتایج تحقیق در عمل برای دانشگاه آزاد اسلامی کاربرد داشته باشد و ارائه پیشنهادی تحقیق به بهبود مسئولیت اجتماعی منجر شود، از این نظر کاربردی است.

همان‌طور که بیان شد، تحقیق حاضر از نظر روش ترکیبی (آمیخته) است. تحقیقات مبتنی بر روشهای ترکیبی تحقیقی است که محقق در آن در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، ترکیب یافته‌ها و نتیجه‌گیری درباره موضوعی خاص از هر دو رهیافت کمی و کیفی در مطالعه خود به‌صورت واحد استفاده می‌کند. در مرحله دوم داده‌های کمی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل و در نهایت، براساس یافته‌های به‌دست آمده هر دو تحلیل کیفی و کمی تفسیر می‌شوند. لذا، پژوهش حاضر از نظر داده‌ها دارای روش آمیخته و از نظر نحوه اجرا توصیفی و از نوع پیمایشی است.

جامعه آماری حاضر شامل کلیه اعضای هیئت علمی رسمی و پیمانی تمام وقت در دانشگاه آزاد اسلامی در سطح استانهای خراسان شمالی، رضوی و جنوبی در مهر ماه سال 1394 بود که حداقل دارای پنج سال سابقه فعالیت آموزشی و پژوهشی در سطح دانشگاه بودند. بر این اساس و طبق آمار و اطلاعات دریافتی از دبیرخانه منطقه نه دانشگاه آزاد اسلامی، در مهر ماه سال 1394 در استان خراسان بزرگ تعداد 20 واحد دانشگاهی وجود داشته و تعداد کل اعضای هیئت علمی برابر با 1656 نفر بوده است. حداقل حجم نمونه لازم از رابطه (3-1) حدوداً برابر با $n = 323$ نفر به‌دست آمد. با توجه به نوع و قالب جامعه، جامعه آماری را به سه طبقه که تقریباً همگون‌ترین طبقه‌بندی نسبت به حوزه مطالعاتی است، تقسیم و سپس، از هر طبقه تعدادی از اعضای هیئت علمی به‌صورت تصادفی انتخاب و دیدگاه آنها

درباره موضوع پژوهش آزمون شد. همچنین جامعه آماری گروه خبرگان در این پژوهش 30 نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد بودند. البته، اعضای گروه خبرگان باید دارای شرایط و صلاحیتهایی باشند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱) در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی مقاله علمی - پژوهشی یا کتاب تألیف شده دارند؛

۲) دارای بیش از 15 سال سابقه مدیریتی در دانشگاه هستند؛

۳) عضو هیئت علمی دانشگاه و دارای تحصیلات دکتری هستند.

یافته‌ها

1. ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه‌های مورد بررسی کدام‌اند؟
 برای پاسخگویی به این سؤال از روش دلفی استفاده شد. به‌منظور تبیین و پیشنهاد مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی نظریات و مدل‌های مختلفی گردآوری و درباره آنها بحث و نتیجه‌گیری شد. بر این اساس، تعداد متعددی از نظریات و مدل‌های معروف و کاربردی مسئولیت‌پذیری اجتماعی مقایسه شد که البته، تأکید بیشتر بر مدل نظری کارول بود، چرا که نسبت به سایر مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی کاربردی‌تر و بیشترین شباهت را با جو و ساختار دانشگاه آزاد اسلامی دارد.
 بر این اساس، اجرای روش دلفی پس از اتمام دور دوم و بر اساس اتفاق نظر بین دیدگاه‌های خبرگان پاسخگو پایان یافت. با این روش و پس از اینکه اعضای گروه دلفی شاخصها را تأیید کردند و آزمون معناداری اجماع‌نظر بین دیدگاه‌های خبرگان درباره هر شاخص بیان شده (آزمون نسبت Z) اجرا شد، شاخصهای نهایی (در مجموع 46 شاخص) برای هر یک از ابعاد تشکیل دهنده مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی مشخص شدند.

در آزمون نسبت، نسبت موافقان را با 50 درصد می‌سنجیم که آیا این نسبت بیشتر از 50 درصد است یا خیر؛ در واقع، از نظر آماری فرضیه یا مطالب مذکور را می‌توان به‌صورت زیر نشان داد:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{نسبت موافقان با هر شاخص کمتر یا مساوی با 50 درصد است و لذا، معناداری شاخص رد می‌شود.} \\ H_1: \text{نسبت موافقان با هر شاخص بیشتر از 50 درصد است و لذا، معناداری شاخص پذیرفته می‌شود.} \end{array} \right.$$

جدول 1- نسبت مخالفان و موافقان و آزمون نسبت در خصوص هریک از شاخصهای طرح دلفی

بعد	مؤلفه‌ها	شاخصها	نسبت موافقان	نسبت مخالفان	مقدار آماره Z	P-value	نتیجه	
مسئولیت عمومی	التزام اجتماعی	حل مشکلات اجتماعی	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
		کاهش تعارضات اجتماعی	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
	تعامل با جامعه	نگرش واقعی جامعه به دانشگاه	0/79	0/21	2/524	0/006	قبول	
		توجه به باورهای حقیقی جامعه	0/100	0/00	4/359	0/000	قبول	
		تلاش برای کسب منفعت عمومی	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
	نقش محلی - ملی - المللی	بالا بردن توانایی بالقوه جامعه	0/79	0/21	2/524	0/006	قبول	
		نقش دانشگاه در پیشبرد اهداف استانی	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
	محیط زیست در راستای توسعه پایدار	نقش دانشگاه در توسعه اجتماعی کشور	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
		التزام به سیاستهای حقوق بشر	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		حفظ منابع برای نسلهای آینده	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		کمک به آموزش همگانی در حفظ محیط زیست	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
	عدالت اجتماعی	عدالت آموزشی (دسترسی همگان)	توجه به حفظ محیط زیست در دانشگاه (دانشگاه سبز)	0/79	0/21	2/524	0/006	قبول
			توجه به آموزش همگانی در حفظ محیط زیست	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول
عدالت اجتماعی		تساوی و نفي هرگونه تبعیض	0/68	0/32	1/606	0/054	رد	
		توجه به آمایش سرزمین	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
		عدم تبعیض در آموزش	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
اقتصادی	توجه به منافع اقتصادی جامعه	توجه به منافع اقتصادی مشترک در جامعه	0/100	0/00	4/359	0/000	قبول	
		توجه به سود مشترک در درون جامعه	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
		جبران هزینه‌های تحمیل شده بر جامعه	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
	مسئولیت مالی	سلامت مالی	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		شفافیت سود	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
	توجه به توسعه اقتصادی جامعه	توجه به ذینفعان (پرداخت مناسب)	0/100	0/00	4/359	0/000	قبول	
		کاهش هزینه‌های جامعه	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		توسعه اقتصادی با نقش تعدیلگر ارتباط با صنعت	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
	مسئولیت قانون‌گرایی	التزام به قانون	ارائه راههای شکوفایی در بن‌سنتهای اقتصادی	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول
			تعامل با قانونگذار	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول
فراگیر کردن قانون		توجه به توسعه قوانین در جامعه	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		رعایت قوانین آموزشی در دانشگاه	0/100	0/00	4/359	0/000	قبول	
		دانشگاه نماد قانون‌گرایی	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
		توجه به اجرای صحیح قوانین حکومتی در دانشگاه	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
		مشارکت در امور سیاسی قانون‌مدار	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
رعایت استانداردهای قوانین در جهان و بومی‌سازی آنها	0/68	0/32	1/606	0/054	رد			
کنترل فساد اداری در دانشگاه	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول			

ادامه جدول 1

ردیف	مؤلفه‌ها	شاخصها	نسبت موافقان	نسبت مخالفان	مقدار آماره Z	P-value	نتیجه	
مسئولیت اخلاقی گرای	اخلاق حرفه‌ای	توجه به امانتداری در انتقال دانش	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		توجه به اصالت پژوهشها (عدم کپی‌برداری و ...)	0/100	0/00	4/359	0/000	قبول	
	احترام به ارزشها و هنجارها	توجه به آزادی عمل یا رعایت ارزشهای اجتماعی	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
		توجه به نمادهای فرهنگی و اسلامی	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
	پاسخگویی	ایجاد هنجارهای اخلاقی و فرهنگی در جامعه از سوی دانشگاه	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
		توجه به ارزشها و باورهای بومی از سوی دانشگاه	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
مسئولیت فناوری	گسترش نوآوری	رضایتمندی شهروندی	0/100	0/00	4/359	0/000	قبول	
		پاسخگویی مناسب دانشگاه به ذینفعان	0/89	0/11	3/441	0/000	قبول	
	دانش اقتصادی	پاسخگویی مناسب دانشگاه به سایر شهروندان	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
		توجه به خلق ایده‌های کاربری نو	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
	دانش اقتصادی	گسترش نوآوری	ایجاد فرهنگ نوآوری	0/68	0/32	1/606	0/054	رد
			ایجاد فناوری جدید همسطح منطقه‌ای (آسیا - خاورمیانه)	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول
دانش اقتصادی		دانشگاه تضمین کننده ایجاد فناوری	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول	
		میزان تجاری سازی دانش	0/95	0/05	3/900	0/000	قبول	
تبدیل دانش به پژوهش کاربردی	استقرار اقتصاد دانش محور	0/79	0/21	2/524	0/006	قبول		
	تبدیل دانش به پژوهش کاربردی	0/84	0/16	2/982	0/001	قبول		

در جدول 1 مقدار آماره Z و مقدار معناداری یا P-value برای هر یک از شاخصها محاسبه شده است. در خصوص تصمیم‌گیری ذکر این نکته ضروری است که اگر مقدار P-value به دست آمده برای یک شاخص بیشتر از سطح 5 درصد به دست آمده باشد ($P - value > a = 0.05$)، معناداری آن شاخص رد و در نتیجه، معناداری آن شاخص حذف می‌شود.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، مقدار P-value برای سه شاخص بیشتر از 0/05 محاسبه شده است. لذا، این شاخصها از پرسشنامه نهایی حذف شدند. برای پاسخگویی به سؤال اول پژوهش مبنی بر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان بر اساس نتایج به دست آمده از روش دلفی چنین نتیجه‌گیری کرد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای پنج بعد شامل مسئولیت عمومی در قبال جامعه، مسئولیت اقتصادی در جامعه، مسئولیت قانون‌گرایی در جامعه، مسئولیت عمومی اخلاق‌گرایی و مسئولیت فناوری در قبال جامعه و همچنین دارای 15 مؤلفه شامل التزام اجتماعی، تعامل با جامعه، نقش محلی - ملی - بین‌المللی، محیط زیست در جهت توسعه پایدار، عدالت اجتماعی، توجه به منافع اقتصادی جامعه، مسئولیت مالی، توجه به توسعه اقتصادی جامعه، التزام به قانون، فراگیر کردن قانون، اخلاق حرفه‌ای، احترام به ارزشها و هنجارها، پاسخگویی، گسترش نوآوری، دانش اقتصادی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در قالب 46 شاخص بررسی شد.

2. وضعیت موجود واحدهای دانشگاهی مورد مطالعه از نظر مسئولیت‌پذیری اجتماعی چگونه است؟

در این سؤال هدف بررسی وضعیت موجود ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس نظرهای پاسخگویان بود. برای این منظور لازم بود بررسی شود که کدامیک از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مؤلفه‌های آنها در سطحی پایین‌تر از متوسط قرار دارند. لذا، لازم است برای هر یک از ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مؤلفه‌های آنها فرضیات زیر آزمون شوند:

$$\begin{cases} H_0: m \geq 3 \\ H_1: m < 3 \end{cases}$$

وضعیت موجود بعد یا مؤلفه مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین‌تر از سطح متوسط نیست. یا
وضعیت موجود بعد یا مؤلفه مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین‌تر از سطح متوسط است.

برای آزمون فرضیات مذکور از آزمون t-استودنت استفاده شد (جدول 2). با توجه به جدول 2، برای همه ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی $P\text{-value} = 0/000 < 0/05$ است و لذا، می‌توان نتیجه گرفت وضعیت موجود همه این ابعاد پایین‌تر از سطح متوسط ارزیابی شده است. بنابراین، با ضریب اطمینان 95 درصد می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه شامل مسئولیت بشردوستانه، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانون‌گرایی، مسئولیت اخلاق‌گرایی و مسئولیت فناوری پایین‌تر از سطح متوسط است.

جدول 2- نتایج آزمون t برای وضعیت موجود ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی

ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	مقدار آماره	P-value
مسئولیت بشردوستانه	323	2/18	0/75	322	-19/78	0/000
مسئولیت اقتصادی	323	2/58	0/70	322	-10/92	0/000
مسئولیت قانون‌گرایی	323	2/85	0/87	322	-3/07	0/000
مسئولیت اخلاق‌گرایی	323	2/45	0/81	322	-12/17	0/000
مسئولیت فناوری	323	2/69	0/65	322	-8/55	0/000

3. چه سازکارهای اجرایی برای ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه‌های مورد بررسی می‌توان ارائه کرد؟

در خصوص تصمیم‌گیری برای سازکارهای اجرایی به‌منظور ارتقای مسئولیت‌پذیری، از آزمون آماری t-استودنت جفتی⁴ استفاده شد تا مشخص شود برای کدامیک از ابعاد و مؤلفه‌ها بین وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معنادار وجود دارد (جدول 3).

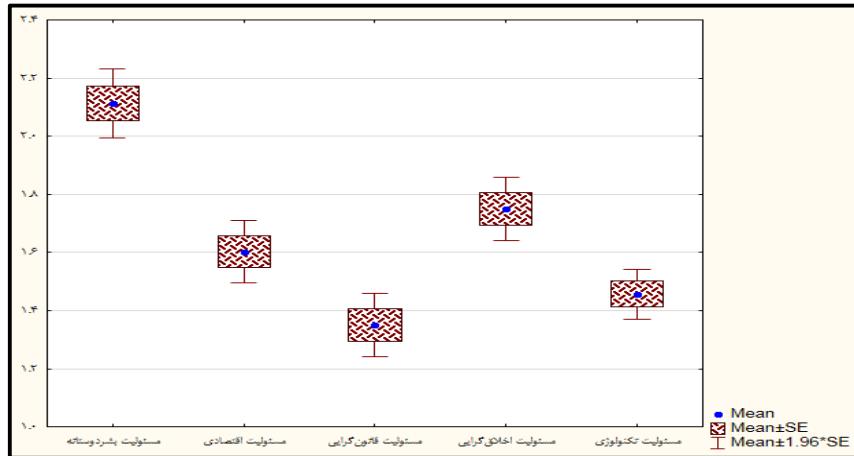
۴. Paired Sample T-Test

جدول 3- نتایج آزمون نتایج آزمون t- استودنت جفتی برای سنجش معناداری شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمانی

بعد	وضعیت	میانگین	انحراف معیار	میانگین اختلافات	مقدار آماره	درجه آزادی	P-value
مسئولیت بشردوستانه	وضعیت مطلوب	4/29	0/87	2/11	35/23	322	0/00 0
	وضعیت موجود	2/18	0/75				
مسئولیت اقتصادی	وضعیت مطلوب	4/18	0/74	1/60	29/19	322	0/00 0
	وضعیت موجود	2/58	0/70				
مسئولیت قانون‌گرایی	وضعیت مطلوب	4/20	0/75	1/35	24/08	322	0/00 0
	وضعیت موجود	2/85	0/87				
مسئولیت اخلاق‌گرایی	وضعیت مطلوب	4/20	0/71	1/75	31/62	322	0/00 0
	وضعیت موجود	2/45	0/81				
مسئولیت فناوری	وضعیت مطلوب	4/15	0/68	1/46	32/78	322	0/00 0
	وضعیت موجود	2/69	0/65				

از نتایج جدول 3 به‌خوبی می‌توان مشاهده کرد که میانگین اختلافات شکاف زیادی را بین دو وجه انتظارات یا وضعیت فعلی و عملکرد یا وضعیت مطلوب در هر یک از بُعدهای مسئولیت بشردوستانه، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانون‌گرایی، مسئولیت اخلاق‌گرایی و مسئولیت فناوری نشان می‌دهد. این شکاف با توجه به مقدار احتمال معناداری قویاً معنادار ارزیابی می‌شود، چرا که $a = 0/05 < p\text{-value} = 0/000$ است و لذا، فرض H_0 (نبود شکاف معنادار) پذیرفته نمی‌شود و بنابراین، با ضریب اطمینان 95% از دیدگاه استادان دانشگاه آزاد خراسان می‌توان موارد زیر را بیان کرد:

- بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب مسئولیت بشردوستانه در دانشگاه آزاد خراسان شکاف معنادار وجود دارد.
- بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب مسئولیت اقتصادی در دانشگاه آزاد خراسان شکاف معنادار وجود دارد.
- بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب مسئولیت قانون‌گرایی در دانشگاه آزاد خراسان شکاف معنادار وجود دارد.
- بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب مسئولیت اخلاق‌گرایی در دانشگاه آزاد خراسان شکاف معنادار وجود دارد.
- بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب مسئولیت فناوری در دانشگاه آزاد خراسان شکاف معنادار وجود دارد.



شکل 5- نمودار جعبه‌ای شکاف بین وضعیت مطلوب و وضعیت موجود ابعاد مدل مسئولیت اجتماعی سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

دانشگاهها از جمله تأثیرگذارترین سازمانهای اجتماعی‌اند که در توسعه و گسترش هنجارهای اجتماعی سهم بسزایی دارند. هنجارهای پذیرفته شده در جامعه زمانی درک خواهند شد که از جانب نهادی دانش‌محور مورد توجه قرار گیرند. از مهم‌ترین هنجارهای عصر جدید توجه ویژه سازمانها به نقش پاسخگویی آنهاست. این مزیت در فرهنگ سازمانها به‌عنوان یک اصل نهادینه شده است.

تفاوت اصلی مسئولیت‌پذیری دانشگاه با شرکتهای خصوصی در اهمیت کلیدی مسئولیت اجتماعی در خصوص دانشگاههاست. بدین دلیل که دانشگاهها مراکز ذکاوت، دانش و فعالیت خلاق هستند و در توسعه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه نقش کلیدی دارند. به خصوص اینکه دانشگاهها و مراکز آموزش عالی دانش کسب شده، علم، پژوهش، فعالیتهای نوآورانه و هنرمندانه را حفظ می‌کنند و توسعه می‌دهند و در بحثهای اجتماعی و اخلاقی جامعه نقش مهمی دارند. علاوه بر این، نهادهای آموزشی نقش ویژه‌ای در جامعه دارند و خدمات مربوط به انتقال دانش به افراد، سازمانهای عمومی و خصوصی و جامعه را به‌طور کلی فراهم می‌کنند. در مدل ارائه شده علاوه بر ابعاد مسئولیت‌پذیری شرکتهای (ابعاد عمومی، فرهنگی، قانونی و اقتصادی) بعد فناوری افزوده شده است.

در این مطالعه با توجه به تبعات مؤثر بر مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی اجتماعی، تلاش شد تا الگویی خاص برای دانشگاهها معرفی و روایی آن سنجش شود. نتایج بررسی نشان داد که در مدل پیشنهادی تمام مؤلفه‌های معرفی شده به خبرگان و ابزار مربوط از روایی لازم برخوردارند و مطابق با رتبه‌بندی انجام شده از طریق آزمون فریدمن، تبعات اجتماعی و اقتصادی مسئولیت‌پذیری بیشترین امتیاز را برای

سنجش این مفهوم در دانشگاهها داشته‌اند. همچنین بررسی مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان می‌دهد که از دیدگاه خبرگان ابعاد اجتماعی اهمیت بیشتری در ارزیابی این مفهوم دارد. نتایج این بررسی با مطالعه مشبکی و شجاعی (۲۰۱۱، Moshabaki & Khalilishojaie) همخوانی دارد. در میان متغیرهای اجتماعی مؤثر بر مسئولیت‌پذیری سازمانهای آموزشی بُعد فضا سازی فرهنگی تأثیر معنادار دارد. از دیگر ابعاد مؤثر بر پاسخگویی سازمانی دانشگاهها میزان مسئولیت‌پذیری آنها در قبال مسائل محیطی است. در مطالعه حاضر این متغیر از اهمیت لازم برای سنجش مسئولیت‌پذیری برخوردار است. به منظور بررسی این عامل، میزان مطابقت داشتن با شرایط محیط زیستی مانند مراعات استانداردهای زیست محیطی، دوری از آلودگی محیطی در دانشگاه، رعایت صرفه‌جویی در مصرف انرژی و جلوگیری از ایجاد خسارات زیست محیطی ناشی از فعالیتهای تدابیر بازدارنده و پیشگیرانه است. در مطالعه احمدی و همکاران (۲۰۰۸، Ahmadi, Nasiriyani & Abazariyan) نیز این شاخصها تأیید شده است. در مدل و الگوی معرفی شده تبعات اقتصادی دانشگاه بر جامعه تأثیر بسزایی را در افزایش پاسخگویی اجتماعی نشان می‌دهد. براون و کلاک (۲۰۰۹، Brown & Cloke) این بعد را در تبلور تأثیربخش خصوصی اجتماع در آموزش عالی معرفی کرده‌اند. طبق بررسیهای انجام شده در میان دانشگاههای ارزیابی شده بر اساس الگوی این تحقیق، فقط سطح کسب شده آنها سطح اشتها است. در این سطح از مسئولیت‌پذیری، سازمان تلاشهایی در حد متوسط برای افزایش پاسخگویی اجتماعی دارد. در این پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی بررسی شد. نتایج به دست آمده نشان داد که پنج بعد اصلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی به همراه 46 مؤلفه نهایی شناسایی شدند. گفتنی است که شاخصهای تلاش برای کسب منفعت عمومی، توجه به توسعه قوانین در کشور و توجه به اجرای صحیح قوانین حکومتی در جهان نیز نسبت به مؤلفه‌های قبلی جابه‌جا شده و در مؤلفه‌های جدید قرار گرفته‌اند. بر این اساس، می‌توان مدل نهایی پژوهش حاضر را به شکل 6 ترسیم کرد.

پیشنهادهای

بر اساس نتایج به دست آمده از ابعاد مسئولیت اجتماعی و مأموریت دانشگاه در ابعاد درونی و بیرون سازمانی پیشنهادهای زیر به تفکیک ارائه می‌شود:

مأموریت در خصوص جامعه دانشجویی و محصلان

1. آموزش علمی و مهارتی برای جذب آسان در بازار کار و کسب مشاغل ارزشمند؛
2. پرورش چندبعدی در زمینه‌های اخلاقی، اعتقادی، اجتماعی، سیاسی، ورزشی و غیره به منظور کسب آمادگی برای تجربه یک زندگی موفق در اجتماع.



شکل 6- مدل نهایی پژوهش حاضر

مأموریت در خصوص جامعه منطقه‌ای و کشوری

1. فراهم کردن متخصصان فنی مورد نیاز بخش صنعت؛
2. توسعه علمی و ترویج محتوای تولید شده در جامعه؛
3. توسعه فناوریهای کاربردی؛
4. کارآفرینی و تجاری سازی؛
5. توسعه‌گرایی و ارائه خدمات کسب و کار،
6. سیاستگذاری نظامهای نوآوری، اقتصادی و اجتماعی.

مأموریت در خصوص جامعه جهانی و بین‌المللی

1. جهت‌دهی به رشد علمی و فناوری در جامعه جهانی و اثرگذاری در آن؛
2. کمک به تبیین و گسترش پیامهای والای انقلاب اسلامی و فرهنگ جهانی اسلام.

References

1. Ahmadi, F., Nasiriyani, K.H., & Abazariyan, P. (۲۰۰۸). Delphitechnique: An instrument for research. *Journal of Education InMedicine*, (۸), ۱۷۵-۱۸۵ (in Persian).
۲. Aluchna, M. (۲۰۱۰). Corporate social responsibility of the top ten; examples taken from the Warsaw Stock Exchange. *Social Responsibility Journal*, ۶ (۴), ۶۱۱-۶۲۶.
۳. Alvani, M. (۲۰۰۹). Management administration and public management. *Journal of Public Administration, Public Administration Center*, (۴۷) (in Persian).
۴. Arasteh, H.R., & Amiri, E. (۲۰۱۲). The role of universities in teaching sustainable development. *Science Cultivation*, ۲(۲) (in Persian).
۵. Baron, D. (۲۰۰۷). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, ۱۶(۳), ۶۸۳-۷۱۷.
۶. Boonstoppel, A. (۲۰۱۱). The relationship between corporate social responsibility and financial performance: An empirical study of companies included in the Dow Jones Sustainability Index. (Master thesis). Erasmus University Rotterdam, Erasmus School of Economics, Accounting, Auditing and Control.
۷. Brown, E.D., & Cloke, J. (۲۰۰۹). Corporate social responsibility in higher education. *An International E-Journal for Critical Geographies*, ۸(۳): ۴۷۴-۴۸۳.

۸. Carrol, AB. (۱۹۹۱). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational Stakeholders. *Business Horizon*, P. ۱۲.
۹. Daft, R. (۲۰۰۹). *The new era of management*. Translate by Fayzi, T., Sarlak. Gostareh (in Persian).
۱۰. Gao, Y. (۲۰۱۱). CSR in an emerging country: A content analysis of CSR reports of listed companies. *Baltic Journal of Management*, ۶(۲), ۲۶۳-۲۹۱.
۱۱. Geva, A. (۲۰۰۸). Three models of corporate social responsibility: Interrelationships between theory, research, and practice. *Business and Society Review*, ۱۱۳, ۱-۴۱.
۱۲. Hirigoyen, G., & Poulain-Rehm, T. (۲۰۱۴). The corporate social responsibility of family businesses: An international approach. *International Journal of Financial Studies*, ۲, ۲۴۰-۲۶۵.
۱۳. Jabbour, CJC. (۲۰۱۰). Greening of business schools: A systemic view. *Int. J. Sustainability Higher Educ*, ۱۱(۱), ۴۹-۶۰.
۱۴. Karima, R., Oshima, Y., & Yamamoto, K. (۲۰۰۶). Identification of subjects for social responsibility education at universities and the present activity at the University of Tokyo. *Environmental Sciences*, ۱۳(۶), ۳۲۷-۳۳۷.
۱۵. Pouratashi, M. (۲۰۱۴). Integrating sustainability in higher education: Principles and challenges, ۲nd Conference of Higher Education and Sustainable Development, Tehran University (in Persian).
۱۶. Kitzmueller, M., & Shimshack, J. (۲۰۱۲). Economic perspectives on corporate social responsibility. *Journal of Economic Literature*, ۵۰(۱), ۵۱-۸۴.
۱۷. Leonidas, P., Mary, G., Theofilos, P., & Amalia, T. (۲۰۱۲). Managers' perceptions and opinions towards corporate social responsibility (CSR) in Greece. *Procardia Economics and Finance* ۱ International Conference on Applied Economics (ICOAE), ۳۱۱- ۳۲۰.
۱۸. Moshabaki, A., & Khalilishojaie, V. (۲۰۱۱). Investigating the relationship between organizational culture organizational social responsibility. *Applied Sociology*, (۲۴), ۵۱ (in Persian).
۱۹. Nejati, M., Shafaei, A., Salamzadeh, Y., & Daraei, M. (۲۰۱۱). Corporate social responsibility and universities: A study of top ۱۰ world

- universities' website. *African Journal of Business Management*, ۵(۲), ۴۴۰-۴۴۷.
۲۰. Shafei, R., & Ahmadi, K. (۲۰۱۲). *Corporate social responsibility, concepts, theories, models, and applications*. Samt Publication (in Persian).
۲۱. Sharbat Oghlia, Afshari, D., & Najmi, M. (۲۰۱۱). Social responsibility among companies listed in Tehran Stock Exchange. *Journal Management*, (۱۹), ۸۱-۶۳ (in Persian).
۲۲. Steurer, R., & Konrad, A. (۲۰۰۹). Business-society relations in central- Eastern and Western Europe: How those who lead in sustainability reporting bridge the gap in corporate social responsibility. *Scandinavian Journal of Management*, (۲۵), ۳۶-۲۳.
۲۳. Tabatabai, Y. (۲۰۱۱). Ethical market economy and its prospects. *Center for Strategic Research* (in Persian).
۲۴. Ubius, Ü., & Alas, R. (۲۰۰۹). Ruth alas organizational culture types as predictors of corporate social responsibility. *Engineering Economics*, (۶۱), ۹۹-۹۰.
۲۵. Valmohammadi, C. (۲۰۱۴). Impact of corporate social responsibility practices on organizational performance: an ISO ۲۶۰۰۰ perspective. *Social Responsibility Journal*, ۱۰(۳), ۴۷۹-۴۵۵.
۲۶. Vander, H., & Angela. (۲۰۱۰). Making sense of corporate social responsibility: Exploring organizational processes and strategies. *Journal of Cleaner Production*, (۱۸), ۱۷۹۶-۱۷۸۷.
۲۷. Visser, W. (۲۰۱۲). *The Age of Responsibility: CSR ۲,۰ and the New DNA of Business*. John Wiley & Sons Ltd.
۲۸. Zakersalehi, G.R. (۲۰۱۴). Higher education in transition from sustainable development to post-sustainability. ۳rd Conference of Higher Education and Sustainable Development, Institute for Research & Planning in Higher Education (in Persian).

