

شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی

مطالعه موردی: دانشگاه شیراز^۱

مسلم علی محمدلو^۲

بنفشه اکبری^۳

الهام مهدویان پور^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۴/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۰۶

چکیده

دانشگاه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای یک کشور، علاوه بر وظیفه تعلیم و تربیت دانشجویان، در حوزه‌های قانونی، زیست‌محیطی، اخلاقی و نوع‌دوستی نیز مسئولیتی تحت عنوان "مسئولیت اجتماعی دانشگاه"^۵ به عهده دارد، ولی علیرغم مطالعات متعددی که در حوزه مسئولیت اجتماعی صورت گرفته، در حوزه دانشگاه‌ها مدل بومی شده برای مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی وجود ندارد. این پژوهش باهدف شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها انجام شده است. برای این منظور، با مطالعه جامع ادبیات موضوع، شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شناسایی و برای بومی‌سازی آن‌ها در دانشگاه‌ها از تکنیک دلفی فازی استفاده شده است تا هم توافق خبرگان در مورد شاخص‌ها مبنای تصمیم‌گیری باشد و هم در فضای فازی بتوان به‌طور دقیق‌تر، به تحلیل نظرات کلامی خبرگان پرداخت. ۳۹ شاخص شناسایی شده از ادبیات با استفاده از نظر ۱۰ نفر از خبرگان دانشگاه شیراز، طی ۴ دور دلفی به ۱۸ شاخص نهایی تبدیل گردید.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اجتماعی دانشگاه، دانشگاه شیراز، دلفی فازی

^۱ مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که در سال ۱۳۹۲ در دانشگاه شیراز انجام شده است

^۲ استادیار بخش مدیریت، دانشگاه شیراز mslmaml@gmail.com

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه شیراز akbari.banafsheh@yahoo.com

^۴ کارشناسی مدیریت، دانشگاه شیراز elham.mahdavianpour@gmail.com

^۵ University Social Responsibility

مقدمه

سازمان‌ها برای انجام وظایف با بیشترین کارایی و اثربخشی و در نتیجه تحقق اهداف و مأموریت‌ها، علاوه بر رعایت استانداردها و قواعد سازمانی و قانونی، نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی دارند که آن‌ها را در این امر یاری کند. بدین ترتیب مفهوم "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها" شکل گرفته است. (رحمانی سرشت، رفیعی، کوشا، ۱۳۸۸: ۲۲)

مسئولیت اجتماعی در دهه‌های اخیر به یک شیوه مدیریت و کلمه کلیدی در بازار رقابتی تبدیل شده است که هرچه بیشتر شناخته می‌شود، سوءتفاهم‌ها پیرامون معنی آن نیز بیشتر می‌شود. می‌توان گفت این سوءبرداشت‌ها به دلیل تناقضات در توسعه مباحث دانشگاهی، نه تنها پیرامون مسئولیت اجتماعی، بلکه در مورد حاکمیت شرکت‌ها، روابط سازمانی سهامداران و غیره است.

با وجود برخی جنبه‌های منفی در این حوزه، انگیزه‌های مثبت مسئولیت اجتماعی باعث ایجاد تعهد سازمانی، جو مثبت در کسب‌وکار و انگیزه در کارکنان شده است. نتایج حاصل از اثرات مثبت مسئولیت اجتماعی همچنین باعث افزایش در عملکرد مالی، جذب سرمایه‌گذاران و مشتریانی که تفکر اخلاقی دارند و دستیابی به مزیت رقابتی گردیده است (Leonidas et al., 2012: 312).

یکی از مقدمات توسعه همه‌جانبه کشور، پویایی و توانایی دانشگاه‌ها در انجام امور مربوط به خود است. از آنجاکه دانشگاه نهادی متفکر، آگاه و نوآور در جامعه محسوب می‌شود، انتظار می‌رود که با انجام وظایف و رسالت‌های خود بتواند گام‌های مؤثرتری در تحقق آرمان‌های جامعه بردارد و همواره کشور را به سمت پیشرفت رهنمون سازد. (نصر و حسینی: ۱۳۸۴)

دانشگاه و به‌طور کلی نظام آموزش عالی، گران‌بهارترین منبعی است که هر جامعه برای پیشرفت و توسعه در اختیار دارد و دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی به لحاظ دانش، اعتبار زیادی کسب کرده‌اند و پویندگان راه علم و ترقی محسوب می‌گردند (Brwnlee and Associate, 1992: 1). در سال ۱۹۷۳، تالکوت پارسونز اظهار داشت که آموزش عالی و مؤسسات پژوهشی به‌عنوان تنها ویژگی برجسته ساختارهای در حال توسعه جوامع مدرن هستند و کلید درک جهان جدید است. (هویدا و زارع، ۱۳۸۴)

¹ Corporate Governance

ولی دانشگاه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای یک کشور، علاوه بر وظیفه تعلیم و تربیت دانشجوی، در حوزه‌های قانونی، زیست‌محیطی، اخلاقی و نوع‌دوستی نیز مسئولیتی تحت عنوان "مسئولیت اجتماعی دانشگاه"^۱ به عهده دارد. امروز مسئولیت اجتماعی دیگر فراتر از انسان‌دوستی است. در حال حاضر مسئولیت اجتماعی به موضوعاتی مانند سهم کسب‌وکار برای توسعه پایدار و همچنین ارائه راه‌حل‌های فعال برای چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی می‌پردازد. با توجه به اینکه دانشگاه رکن مهمی از جامعه است، بعد اجتماعی آن فراتر از زمان و مکان است و باید به حد کفایت موردتوجه قرار گیرد. دانشگاه‌ها درصدد ارائه آموزش در حوزه فنی و حتی فردی هستند ولی ممکن است در تشریح مشکلات جامعه به دانشجویان موفق نباشد و یا اینکه نتوانند به آن‌ها تفهیم کنند که در برابر جامعه خود مسئول هستند.

(Ruxandra Vasilescu et al, 2010: 4177)

امروزه وظیفه دانشگاه فقط آموزش صرف فنی نیست. بلکه دانشگاه باید به دانشجویان کمک کند که ذهنیت و نوع تفکر آن‌ها از حالت فردگرایی خارج شده و به موضوعات و منافع اجتماعی با دید جدی‌تری نگاه کنند. به همین دلیل سرفصل‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی سعی می‌شود در دوره‌های تحصیلی دانشجویان گنجانده شود (Ibrahim et al. 2006: 159)

در کنفرانس جهانی آموزش عالی یونسکو در پاریس (سال ۱۹۹۸)، اعلامیه جهانی آموزش عالی در قرن بیست و یکم شکل گرفت. در ادامه در کنفرانس جهانی آموزش عالی یونسکو در پاریس (سال ۲۰۰۹) در راستای اعلامیه سال ۱۹۹۸، دستورالعمل اجرایی کنفرانس مشتمل بر فهرستی از اهداف تدوین شد که به‌طور مشخص اعلام می‌نمود که مسئولیت اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای از جنبه‌های ذاتی نظام آموزش عالی، به‌خصوص از دانشگاه‌ها می‌باشد. (سایت کنفرانس)

دانشگاه شیراز با پیشینه بیش از نیم‌قرن، یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین دانشگاه‌های کشور است که قطب پژوهشی کشور نیز به شمار می‌آید. در بررسی اهداف و راهبردهای کلان دانشگاه شیراز می‌توان به ردپاهایی از مسولیت‌اجتماعی رسید مانند:

- ارتقاء موقعیت دانشگاه شیراز در سطح ملی و بین‌المللی به‌عنوان یکی از دانشگاه‌های برتر جهان.

¹ University Social Responsibility

- توسعه اخلاق علمی و حرفه‌ای در راستای پرورش همه‌جانبه دانش‌آموختگان و افزایش اثربخشی حرفه‌ای و التزام اجتماعی آن‌ها.
 - ارتقاء منزلت علمی و التزام اجتماعی دانشجویان و تأمین رفاه، سلامت و نشاط جسمی و روانی آنان در راستای احیاء هویت ملی و دینی و رشد خلاقیت‌های دانشجویی.
- ولی علیرغم مطالعات متعددی که در حوزه مسئولیت اجتماعی صورت گرفته، در حوزه دانشگاه‌ها مدل بومی شده برای مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی وجود ندارد و دانشگاه‌های مانند دانشگاه شیراز با وجود اینکه نشانه‌هایی از موضوعات مسئولیت اجتماعی را در برنامه‌های خود دارند ولی به‌طور عملیاتی با مفهوم مسئولیت اجتماعی دانشگاه آشنا نیستند. این پژوهش باهدف شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها انجام شده است. برای این منظور، با مطالعه جامع ادبیات موضوع، شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شناسایی و برای بومی‌سازی آن‌ها در دانشگاه‌ها از تکنیک دلفی فازی استفاده شده است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بدون تردید نظام آموزش عالی نقش اساسی در توسعه جامعه دارد (پریرخ و فتاحی، ۱۳۸۴). امروزه مراکز آموزش عالی سه مأموریت اصلی آموزش، پژوهش و ارائه خدمات را بر عهده دارند؛ بنابراین با توجه به نقش مهم این نهادها در ابعاد گوناگون، اطمینان یافتن از کیفیت مطلوب عملکرد هر یک از کارکردهای آن به‌منظور جلوگیری از هدر رفت سرمایه‌های مادی و انسانی ضرورتی انکارناپذیر است؛ اما در کنار این عوامل و شاید مهم‌تر از آن‌ها رعایت موضوعات اخلاقی و اجتماعی است که تحت عنوان مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها معروف شده است.

نگرش‌ها و نظریات مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان، سابقه چندانی ندارد. قبل از سال‌های حدود ۱۸۰۰، هنجارها و نگرش‌های اجتماعی اثر بسیار کمی بر اعمال مدیریت داشته است؛ اما از اوایل قرن حاضر، بسیاری از صاحب‌نظران نیاز به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها را مورد تأکید قرار داده و از اوایل دهه ۱۹۲۰، در نوشته‌های خود به اهمیت آن اشاره نموده‌اند (صنوبر، مهدی زاده اصل، ۱۳۸۷: ۷۲)

تترالت سیرسلی^۱ (۲۰۰۹) در تحقیقی تحت عنوان " ۷۵ سال دروس یاد گرفته‌شده"^۲ به بررسی تاریخی مسئولیت اجتماعی پرداخته و دروس یاد گرفته‌شده در این زمینه را از دیدگاه مدیران بیان کرده است. وی تاریخچه سیر تحول مسئولیت اجتماعی در شش بخش تقسیم‌بندی نمود و برای هر دوره نام‌گذاری نیز داشت:

- دهه ۱۹۳۰: رکود بزرگ^۳

- دهه ۱۹۴۰: جنگ جهانی دوم و دوران بازسازی^۴

- دهه ۱۹۵۰: بعد از جنگ جهانی دوم و جنگ سرد^۵

- دهه ۱۹۶۰: جنگ سرد و حقوق مدنی^۶

- دهه ۱۹۷۰: تکنولوژی^۷

- دهه ۱۹۸۰ و بعدازآن: ذینفعان^۸

قدیمی‌ترین توجهات مدرن به مسئولیت اجتماعی شرکتی مربوط به سال ۱۵۵۴ است که آر بوون^۹ در کتاب "مسئولیت‌های اجتماعی تجار" یک تعریف اولیه از مسئولیت اجتماعی شرکتی شرکتی فراهم کرد: "تعهدات کسب‌وکار و افراد تجاری بر پیگیری آن دسته از سیاست‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌هایی که از نظر اهداف و ارزش‌های جامعه مطلوب هستند" (تقوی، حقیقی کفاش، ص ۱). مسئولیت اجتماعی به‌عنوان تعهد داوطلبانه شرکت جهت فراتر رفتن از تعهدات صریح و ضمنی تحمیل‌شده بر شرکت توسط انتظارات جامعه از رفتار متعارف سازمانی تعریف شده است (Hou, Reber, 2011:166).

درک فرنچ و هینر ساورد^{۱۰} در کتاب "فرهنگ مدیریت در مورد مسئولیت اجتماعی" می‌نویسند، "مسئولیت اجتماعی، وظیفه‌ای است بر عهده مؤسسات خصوصی، به این معنی که تأثیر سوئی بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند، نگذارند. میزان این وظیفه مشتمل است بر وظایفی مانند آلوده نکردن محیط، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت‌های

¹ Tetrault Sirsly

² 75 years of lessons learned

³ the great depression

⁴ World War II and rebuilding

⁵ Post World War II and Cold War

⁶ Cold War and civil rights

⁷ technology

⁸ stakeholders

⁹ R. Bowen

¹⁰ French & Saword

غیراخلاقی و آگاه کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه‌ای است مشتمل بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه." (رحمان سرشت، کوشا، رفیعی، ۱۳۸۸: ۲۴)

شورای جهانی کسب‌وکار برای توسعه پایدار^۱، مسئولیت اجتماعی را این‌چنین تعریف کرده است: "مسئولیت اجتماعی سازمان، تعهد مستمر کسب‌وکار به رفتار اخلاقی و کمک به توسعه اقتصادی است در عین حال باعث بهبود کیفیت زندگی کارکنان و خانواده آن‌ها و به‌طور کلی جامعه می‌شود." (Milovanovic, Barac, Andjrlkovic, 2009:90) گریفین و بارنی^۲ مسئولیت اجتماعی سازمان را چنین تعریف می‌کنند: "مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام می‌دهد." (قربانی، زرنیدی، حصار، ۱۳۸۴: ۸۱)

از نظر رابینز و کولتر، مسئولیت اجتماعی به تعهد یک سازمان در ورای آنچه از لحاظ قانونی و اقتصادی مقرر است، پیگیری هدف‌های بلندمدتی که برای جامعه خوب هستند، اطلاق می‌شود. (ایران‌نژاد پاریزی، توسلی، نامعلوم: ۳۶)

کترو و مک داگلاس معتقدند: "مسئولیت اجتماعی از تعهدات مدیریت است که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان، در آن رفاه عمومی جامعه نیز لحاظ می‌شود." (قاهری، نامعلوم: ۱۱۶)

چند تعریف دیگر از مسئولیت اجتماعی به شرح جدول زیر است:

جدول شماره ۱: چند تعریف از مسئولیت اجتماعی (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۹)

نظریه‌پرداز	خلاصه رویکرد و مفهوم
Dodd(1932)	مدیران، علاوه بر مسئولیت اقتصادی، در برابر سهامداران و جامعه مسئولیت دارند.
Friedman (1970)	در مقاله "مسئولیت اجتماعی کسب‌وکار" نوشته: هدف از کسب‌وکار، صرفاً افزایش سود سهامداران است و بهبود رفاه جامعه بر عهده دولت است.
Carol (1979)	مسئولیت‌های چهارگانه مدیران کسب‌وکار: مسئولیت اقتصادی، مسئولیت حقوق، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت فداکاری
Johnson (2003)	مسئولیت اجتماعی یکی از نقش‌های اساسی شرکت در کمک به رفاه کلی جامعه است. به‌عنوان مثال فعالیت‌هایی از جمله: افزایش سوادآموزی، حذف فقر و بیکاری، حفظ محیط‌زیست
Perrini (2005)	مسئولیت اجتماعی یعنی پاسخگو بودن شرکت در قبال فعالیت‌ها. مسئولیت اجتماعی هفت موضوع دارد: کارایی عملیاتی، حداکثر امنیت، حفظ محیط‌زیست، کیفیت و نوآوری، گفتمان آزاد، توسعه مهارت و شهروند مسئول
Cochran (2007)	در محیط کسب‌وکار جدید، مدیران باید هم مسئولیت اجتماعی شرکت و هم عواقب جدی مخاطرات را بر عهده بگیرند.

¹ The World Business Council for Sustainable Development

² Griffin & Barney

مفهوم مسئولیت اجتماعی طی چند دهه اخیر ایجاد شده است. هرچند در ابتدا تمرکز اصلی مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر روی شرکت‌های بزرگ بوده، این مفهوم فراتر از سازمان‌های بزرگ رفته و شرکت‌های کوچک نیز در آن درگیر شده‌اند. (نجاتی و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۴۲) و اکنون چند سالی هست که موضوع مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها مطرح بوده. با توجه به مباحث گفته‌شده، تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها خیلی ساده نیست و مشخص است که تعریف مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها خیلی سخت‌تر است. مسئولیت اجتماعی دانشگاه موضوعات مختلفی را شامل می‌شود مانند اقدامات داوطلبانه، رویکرد اخلاقی، تشویق دانشجویان و اساتید به ارائه خدمات اجتماعی به اجتماع‌های محلی و تعهدات زیست‌محیطی و اکولوژیکی برای توسعه پایدار محلی و جهانی (Ruxandra Vasilescu et al, 2010: 4178)

هدف فعلی دانشگاه‌ها این است که با در نظر گرفتن انتظارات و نیازمندی‌های سهامداران، برای دانشجویان یک پیش‌زمینه علمی فراهم کند و خرد را به دانش تبدیل نماید. دانشگاه‌ها فقط فراهم‌کننده خدمات آموزشی نیستند، بلکه شکل‌دهندگان هویت هستند با مسئولیت اصلی در برابر ملت و کل دنیا. به همین منظور، دانشگاه‌ها نقش مهمی در ادغام مسئولیت اجتماعی در طراحی برنامه‌ها و تحقیقات، همچنین در مأموریت، چشم‌انداز و استراتژی شرکتی دارند؛ بنابراین دانشگاه‌ها نقش اساسی در توانایی‌های نسل بعد برای موفقیت و مقابله با جهانی شدن و رشد اقتصادی و ایجاد یک آینده پایدار برای مردم سراسر جهان (Vázquez, Aza, Lanero, 2014: 2).

دانشگاه‌ها به‌عنوان مکانی هستند که دانشجویان می‌توانند دانش و تجربه کسب کنند و به‌عنوان عاملی برای ترویج سبک زندگی مفید و سالم به دانش‌آموزان است که شامل فرار گرفتن در معرض و عملکرد مسئولیت اجتماعی می‌شود. علاوه بر این، فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست، اگر خود دانشگاه به‌عنوان یک مدل عمل کند، می‌تواند به‌آسانی القا شود؛ بنابراین ضروری است که دانشگاه‌ها عملکرد خوبی در مسئولیت اجتماعی داشته باشند (Ahmad, 2012: 78). تحت شرایط جدید از جمله جهانی‌شدن، خصوصی‌سازی مؤسسات آموزشی و رقابت در صنعت تحصیلات تکمیلی، مؤسسات بی‌شمار تحصیلات تکمیلی رویکرد مشابه کسب‌وکار را برای رقابت و زنده ماندن در صنعت در حال تغییر، بیشتر مورد استفاده قرار می‌دهند؛ و در این میان، برخی مؤسسات در حال پی بردن به وجهه سازمانی، هویت سازمانی، شهرت سازمانی و

به‌طور کلی مسئولیت اجتماعی به‌عنوان شهرت و استراتژی ایجاد مزیت هستند. هرچند مباحث مسئولیت اجتماعی بخشی از مأموریت مؤسسات تحصیلات تکمیلی بوده است، از طریق اجرای استراتژی مسئولیت اجتماعی، مؤسسات تحصیلات تکمیلی اکنون از این رویکرد به‌عنوان بخشی از استراتژی رقابتی استفاده می‌کنند (Dahan & Senol, 2012:95).

ریسر (Reiser, 2008:1) مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها را این‌گونه تعریف می‌کند:

"مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها، یک سیاست برای عملکرد اخلاقی جامعه دانشگاهی (دانشجویان، اعضای هیئت‌علمی و کارکنان دانشگاه) است که از طریق مدیریت مسئولانه آموزشی، شناختی، نیروی کار و اثرات زیست-محیطی که توسط دانشگاه در تعامل دو طرف با جامعه در جهت پیشبرد توسعه پایدار بشریت، اعمال می‌شود"

اهمیت موضوع آنجاست که این بحث در "بیانیه سیاست انجمن بین‌المللی دانشگاه^۱" در کنار موضوعات چالشی کنونی دانشگاه‌ها مانند آزادی علمی و استقلال دانشگاه‌ها قرار گرفته همچنین سازمان‌های بین‌المللی مرتبط با موضوع مانند اتحادیه مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها^۲ ایجاد شده در سال ۲۰۰۸ در سانفرانسیسکو آمریکا) شکل گرفتند.

اولین موضوعی که در مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها به ذهن می‌رسد، نقش دانشگاه‌ها در آموزش مسئولیت اجتماعی به جامعه است. برخی از اهمیت قرار گرفتن آموزش چنین دوره‌های در دوره‌های تحصیلاتی عالی صحبت کرده‌اند. (Gerde and Wokutch (1998:415). گنزالز رودریگز^۳ و همکاران در تحقیق به بررسی برداشت دانشجویان دانشگاه-

ها از مسئولیت اجتماعی شرکت پرداختند. (González-Rodríguez et al, 2013:2361) کاریمای، اوشیما و یاماموتو (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان "شناسایی موضوعات برای آموزش مسئولیت‌های اجتماعی در دانشگاه‌ها و فعالیت‌های موجود در دانشگاه توکیو"، برنامه‌های آموزشی دانشگاه توکیو در خصوص "مسئولیت اجتماعی دانشگاه" و "مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها" را مورد بررسی و مقایسه قرار می‌دهد و برنامه آموزشی لازم پیرامون مسئولیت اجتماعی برای دانشگاه را ارائه می‌دهد. از سوی دیگر، باید در نظر گرفت که همه مسئولیت-

¹ International Association of Universities Policy Statements

² University Social Responsibility Alliance

³ María Rosario González-Rodríguez

⁴ R. Karima, Y. Oshima & K. Yamamoto

های دانشگاه به‌طور مستقیم، در جهت ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیست. برخی از این وظایف در درجه اول در جهت حفظ یکپارچگی خود دانشگاه است که به آن "مسئولیت اجتماعی دانشگاه" می‌گویند. (karima, Oshima, Yamamoto, 2006:327)

برخی معتقدند علاوه بر آموزش؛ دانشگاه‌ها باید اقدامات اجرایی در حوزه مسئولیت اجتماعی را از طریق دانشجویان، اساتید و یا سایر شبکه‌های حرفه‌ای انجام دهند (Leitão and Silva 2007, p1). در بسیاری موارد توسعه مسئولیت‌های اخلاقی و اجتماعی علاوه بر اینکه در توسعه فکری دانشگاه‌ها مطرح بوده، جزو اهداف کلان آن‌ها نیز منظور شده است (Pascarella et al. 1988:1)

علاوه بر این مقالات علمی متعددی به اهمیت و نقش حیاتی آموزش عالی در فراهم شدن فضا برای شهروندی دموکراتیک اشاره داشته‌اند. (Epstein 1999:1; Gamson 1997:10; Hauser 2000:556).

مهران نجاتی و همکارانش (۲۰۱۱) در پژوهش خود تحت عنوان "مسئولیت اجتماعی شرکت و دانشگاه‌ها" با استفاده از روش تجزیه و تحلیل محتوا، به بررسی وب‌سایت‌ها و گزارش‌های سالیانه ۱۰ دانشگاه برتر جهان پرداخته‌اند. یافته‌هایشان نشان داده که این دانشگاه‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی خود پایبند هستند و اطلاعات کافی پیرامون مفاهیم اصلی CSR فراهم می‌کنند

ولی علیرغم مطالعات متعددی که در حوزه مسئولیت اجتماعی صورت گرفته، در حوزه دانشگاه‌ها مدل بومی شده برای مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی وجود ندارد؛ و دانشگاه‌های مانند دانشگاه شیراز با وجود اینکه نشانه‌هایی از موضوعات مسئولیت اجتماعی را در برنامه‌های خود دارند ولی به‌طور عملیاتی با مفهوم مسئولیت اجتماعی دانشگاه آشنا نیستند. این پژوهش باهدف شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها انجام شده است. برای این منظور، با مطالعه جامع ادبیات موضوع، شاخص‌های مسئولیت‌اجتماعی شناسایی و برای بومی‌سازی آن‌ها در دانشگاه‌ها از تکنیک دلفی فازی استفاده شده است.

۳- توسعه الگوی مفهومی

در جدول ۲ مهم‌ترین مدل‌های موجود در حوزه مسئولیت اجتماعی خلاصه شده است:

جدول شماره ۲: مدل‌های مسئولیت اجتماعی

منبع	ابعاد/شاخص	مدل
Sethi (1975) (Katsoulakos,2006)	تعهد اجتماعی	ست
	مسئولیت اجتماعی	
	پاسخگویی اجتماعی	
John Meehan, Karon Meehan & Adam Richards (2006)	تعهد اخلاقی و اجتماعی	3C-SR
	ارتباط با همکاران در شبکه ارزش	
	سازگاری رفتار در طول زمان جهت ایجاد اعتماد	
Dr. P. Katsoulakos & Prof. Y Katsoulakos (2006:41)	رقابت‌پذیری شرکت	4CSR
	حاکمیت شرکت	
	مسئولیت اجتماعی شرکت	
	پایداری شرکت	
caroll (۱۹۷۹) (Katsoulakos,2006:7)	اقتصادی	کارول
	قانونی	
	اخلاقی	
	نوع‌دوستی	
Mulyadi, M. S. Anwar, Y (2012)	کارکنان	نردبان عملکرد CSR
	زمین	
	سود	
Dennis Yao Dzansi & Marius Pretorius (2009)	پایین نگاه‌داشتن هزینه عملیاتی، افزایش سطح وفاداری مشتری، بهبود نگرش کارکنان، بهره‌وری بیشتر کارکنان....	مدل دینیز
Wayne Visser (2010)	مسئولیت اخلاقی/پایداری زیست‌محیطی	مدل DNA
	مسئولیت اجتماع/پایداری اجتماعی	
	مسئولیت کار (کارکنان)/پایداری انسانی	
	مسئولیت مالی/پایداری اقتصادی	
Dr. P. Katsoulakos & Prof. Y Katsoulakos (2006)	بعد اقتصادی	مدل Dow Jones
	بعد زیست‌محیطی	
	بعد اجتماعی	
Nikos Avlonas(2004)	شاخص عملکردی	مدل EFQM
	شاخص ادراکی	
Pavel Castka & Michaela A. Balzarova (2007)	اصول عمومی	مدل ISO 26000
	حاکمیت شرکتی	
	حقوق بشر	
	اقدامات و فعالیت‌های کاری	
	محیط زیست	
	اقدامات و فعالیت‌های مبتنی بر عدالت	
	مشارکت و توسعه اجتماع	
موضوعات مرتبط با مشتریان		
Arash Shahin &	اجتماع	مدل

Mohamed Zairi (2007)	گروه‌های زیست‌محیطی	Stakeholder
	کارکنان	
	مشتریان	
	سرمایه‌گذاران	
	تأمین‌کنندگان	
Edwin Mirfazli (2008)	مسئولیت اجتماعی شرکت ^۱	مدل Tripple bottom line
	مسئولیت محیطی شرکت ^۲	
	مسئولیت مالی شرکت ^۳	
Rujirutana Mandhachitara & Yaowalak Poolthong (2011)	حمایت از اجتماع	مدل انتظارات از CSR
	روابط کارکنان	
	مرتبط با کالا و خدمات	
	حمایت زیست‌محیطی	
Manuel Castelo Branco & Lu'cia Lima Rodrigues (2006)	محیط زیست	حوزه‌های CSR
	مشارکت در اجتماع	
	منابع انسانی	
	کالا و مشتریان	
Chih Hung Chen & Winai Wongsurawat (2011)	پاسخگویی	شاخص‌های CSR
	رقابت‌پذیری	
	شفافیت	
	مسئولیت	
Ralph Tench & Ryan Bowd & Brian Jones (2007)	وجود قراردادهای رسمی بین جامعه و سازمان	عناصر کلیدی CSR
	سودآور بودن سازمان	
	وجود قراردادهای غیررسمی بین سازمان و جامعه	
	اختصاص منابع مالی برای موضوعات اجتماعی	
	فعالیت‌های سازمان به صورت اخلاقی	
	مشارکت سازمان در توسعه اجتماع	
	چگونه یک سازمان کسب‌وکار، فعالیت‌های خود را مدیریت می‌کند	
	فعالیت‌های زیست‌محیطی	
رفتار مناسب سازمان‌ها به عنوان یک شهروند شرکتی خوب		
Daniel Silberhorn & Richard C. Warren (2007)	محرك‌های CSR	محرك، زمینه و فرآیندهای CSR
	فرآیندهای CSR	
	زمینه‌های CSR	
	موضوعات ذینفعان	

¹ CSR

² CER

³ CFR

بر اساس مدل‌های موجود در حوزه مسئولیت اجتماعی، شاخص‌هایی که در دانشگاه کاربرد دارند انتخاب گردید و پس از بررسی آن‌ها توسط خبرگان دانشگاهی، در پنج حوزه تقسیم‌بندی شد. نتیجه آن در جدول زیر جمع‌بندی شده است.

جدول شماره ۳: شاخص‌های مدل مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها

مدل مربوطه	شاخص	
مدل ذینفعان، شاخص‌های CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، Carroll	ارائه خدمات آموزشی باکیفیت	مسئولیت آموزش و پژوهش
مدل ذینفعان، شاخص‌های CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، Carroll	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	
مدل ذینفعان، شاخص‌های CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، Carroll	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	
Dow Jones	ارتباط مؤثر با دانشجویان	
انتظارات از CSR، Carroll	رضایت دانشجویان	مسئولیت قانونی
دنیز، Carroll	ارتقای بهره‌وری	
Carroll, Dow Jones	رعایت استاندارد آموزشی	
نردبان عملکرد	رعایت حقوق دانشجویان	
شاخص‌های CSR، Carroll	احترام به تعهدات قراردادی فی‌مابین	
محرك و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، نردبان عملکرد Carroll، CSR، ۲۶۰۰۰، شاخص‌های CSR، 4CR	رعایت الزامات قانونی	
شاخص‌های CSR	رعایت الزامات فراقانونی	
حوزه‌های CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	
شاخص‌های CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	ارائه اطلاعات واقعی و ناریب به دانشجویان، اساتید و کارمندان	
اقدامات اصلی CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان	
دنیز	تکریم دانشجویان	مسئولیت اخلاقی
معیارهای CSR، ایزو ۲۶۰۰۰، نردبان عملکرد CSR، Carroll	مبارزه با فساد و رشوه	
اقدامات اصلی CSR، انتظارات از CSR، نردبان عملکرد CSR، DNA، Carroll	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض	
ایزو ۲۶۰۰۰	رعایت مالکیت معنوی	
عناصر کلیدی CSR	احترام به ارزش‌های اجتماعی	
اقدامات اصلی CSR، محرك و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، ایزو ۲۶۰۰۰، Dow Jones، 4CR	رعایت اصول و موازین اخلاقی	
شاخص‌های اصلی CSR، اقدامات اصلی CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، حوزه‌های CSR، معیارهای CSR، ایزو ۲۶۰۰۰، Carroll، 4CR	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و اساتید	
ایزو ۲۶۰۰۰، Dow Jones	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	

	پژوهش در حوزه مدیریت سبز	مسئولیت زیست محیطی
شاخص‌های CSR، اقدامات اصلی CSR، محرک و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، حوزه‌های CSR، معیارهای CSR، ایزو ۲۶۰۰۰، EFQM، 4CR	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست	
مبثی بر ذینفعان، حوزه‌های CSR، Carroll	صرفه‌جویی در مصرف انرژی	
عملکرد CSR - هاردی	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای	
مدل ذینفعان، حوزه‌های CSR، Carroll، DNA	بازیافت و کاهش ضایعات	
نظر کارشناسی	حفظ و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و خارج از آن	
دینیز، 4CR، ابعاد CSR	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان در فعالیت‌های اجتماعی	مسئولیت بودجه‌ریزی
Carroll, EFQM	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه	
دینیز، EFQM	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه	
انتظارات از CSR	کمک به توسعه مناطق محروم	
انتظارات از CSR	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی	
نظر کارشناسی	جذب دانشجویان بومی	
ابعاد CSR، دینیز، EFQM	استخدام بومی	
Carroll	همکاری با مدارس، کسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی	
شاخص‌های CSR، محرک و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، ابعاد CSR، حوزه‌های CSR، معیارهای CSR، Carroll	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)	
۲۶۰۰۰، ایزو، اقدامات اصلی CSR، حوزه‌های CSR	توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه	

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی است و از لحاظ گردآوری داده‌ها، یک پژوهش توصیفی و از نوع اکتشافی محسوب می‌گردد. روش تحلیل بر اساس تکنیک دلفی فازی است؛ و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه متناسب با این روش استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، دربرگیرنده‌ی خبرگان دانشگاهی آشنا با مبحث مسئولیت اجتماعی در دانشگاه شیراز است. در تصمیم‌گیری گروهی با استفاده از روش دلفی، نظرات مختلفی در مورد تعداد خبرگان موردنیاز وجود دارد: بین ۱۰ تا ۵۰ نفر (تیورف، ۱۹۷۰، ۱۵۳؛ به نقل از مولن، ۲۰۰۳: ۴۱)، بین ۸ تا ۱۲ نفر (کاوالی اسفورا و اورتولانو، ۱۹۸۴: ۳۲۵) و بین ۷ تا ۱۲

نفر (فیلیس، ۲۰۰۰، ۱۹۳؛ به نقل از مولن، ۲۰۰۳: ۴۱) در این پژوهش تعداد خبرگان دانشگاهی ۱۰ نفر در نظر گرفته شده‌اند که به صورت هدفمند انتخاب گردیدند.

روش دلفی فازی در دهه ۱۹۸۰ میلادی توسط کافمن و گویتا ابداع شد. کاربرد این روش به منظور تصمیم‌گیری و اجماع بر مسائلی که اهداف و پارامترها به صراحت مشخص نیستند، منجر به نتایج بسیار ارزنده می‌شود (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹). هدف از این روش، دسترسی به مطمئن‌ترین توافق گروهی خبرگان در مورد موضوعی خاص است که با استفاده از پرسشنامه و نظرخواهی از خبرگان، به دفعات، با توجه به بازخورد حاصل از آن‌ها صورت می‌پذیرد.

درواقع این روش بررسی کاملی بر عقاید خبرگان، با سه ویژگی اصلی است: پاسخ بی‌طرفانه به سؤالات پرسشنامه، تکرار دفعات ارسال سؤالات پرسشنامه و دریافت بازخورد از آن‌ها و تجزیه و تحلیل آماری از پاسخ به سؤالات به صورت گروهی. در روش دلفی، داده‌های ذهنی افراد خبره با استفاده از تحلیل‌های آماری به داده‌های عینی تبدیل می‌شود. این روش منجر به اجماع در تصمیم‌گیری می‌گردد (جعفری، منتظر، ۱۳۸۷: ۹۵).

برای اجرا و تحلیل دلفی فازی، مراحل زیر پیموده می‌شوند (چنگ و لین، ۲۰۰۲: ۱۷۷ و ۱۷۸) **گام اول:** در این مرحله، رتبه‌بندی توسط خبرگان صورت می‌گیرد. بر اساس اعداد فازی دوزنقه‌ای، ۴ عدد فازی به هریک از رتبه‌ها و امتیازها داده می‌شود که $a_1^{(i)}$ رتبه بدبینانه، $a_2^{(i)}$ و $a_3^{(i)}$ رتبه باورکردنی و قابل قبول و $a_4^{(i)}$ رتبه خوش‌بینانه است. منظور از i ، شماره خبره‌ای است که اعلام نظر کرده است. در این صورت و با توجه به گفته‌های بالا، مجموعه اعداد فازی دوزنقه‌ای برای هر خبره به شکل زیر است.

$$\tilde{A}^{(i)} = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}, a_4^{(i)}) \quad i = 1, 2, \dots, n. \quad \text{رابطه شماره ۱}$$

گام دوم: در ابتدا، میانگین مجموعه‌ها $(\tilde{A}_m^{(i)})$ از تمامی مجموعه‌ها $(\tilde{A}^{(i)})$ محاسبه می‌شود که این کار نیازمند میانگین‌گیری از تمامی $a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}, a_4^{(i)}$ است یعنی:

$$\tilde{A}_m = (a_{m1}, a_{m2}, a_{m3}, a_{m4}) \quad \text{رابطه شماره ۲}$$

$$= \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_4^{(i)} \right)$$

سپس برای هر خبره، مقدار اختلاف از رابطه زیر حساب می‌شود و برای آن خبره ارسال می‌گردد.

$$(a_{m1} - a_1^{(i)}, a_{m2} - a_2^{(i)}, a_{m3} - a_3^{(i)}, a_{m4} - a_4^{(i)}) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)} - a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)} - a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)} - a_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_4^{(i)} - a_4^{(i)} \right)$$

رابطه شماره ۳

گام سوم: در این مرحله، بعد از آنکه بازخور اولیه به خبرگان داده شد و مرحله دوم دلفی صورت گرفت، خبرگان نظرات اصلاح شده خود را در قالب اعداد فازی دوزنقه‌ای بیان می‌کنند که به شکل زیر است.

$$\tilde{B}^{(i)} = (b_1^{(i)}, b_2^{(i)}, b_3^{(i)}, b_4^{(i)}) \quad i = 1, 2, \dots, n.$$

رابطه شماره ۴

در اینجا، فرایند با توجه به گام دوم صورت می‌گیرد. میانگین نظرات اصلاح شده (\tilde{B}_m) طبق رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$\tilde{B}_m = (b_{m1}, b_{m2}, b_{m3}, b_{m4}) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_4^{(i)} \right)$$

رابطه شماره ۵

همچنین مقادیر اختلاف از میانگین نیز از رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$(b_{m1} - b_1^{(i)}, b_{m2} - b_2^{(i)}, b_{m3} - b_3^{(i)}, b_{m4} - b_4^{(i)}) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_1^{(i)} - b_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_2^{(i)} - b_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_3^{(i)} - b_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_4^{(i)} - b_4^{(i)} \right)$$

رابطه شماره ۶

ازی و تکرار دفعات تا آنجایی پیش می‌رود که اختلاف نظرها به حداکثر ۰/۲

برسد. با این حساب، اگر مجموعه A_2 را همان مجموعه B فرض کنیم، رابطه زیر بیانگر این موضوع است (چنگ و لین، ۲۰۰۲، ص ۱۷۸ و جعفری و منتظر، ۱۳۸۷: ۱۰۷)

رابطه شماره ۷

$$S(A_{m2}, A_{m1}) = \left| \frac{1}{4} [(a_{m21} + a_{m22} + a_{m23} + a_{m24}) - (a_{m11} + a_{m12} + a_{m13} + a_{m14})] \right|$$

اعداد فازی دوزنقه‌ای توسط رابطه‌ی زیر به اعداد قطعی تبدیل می‌شوند.

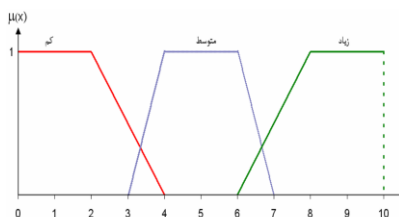
$$C = (a_1 + a_2 + a_3 + a_4) / 4$$

رابطه شماره ۸

گام چهارم: این فرایند آنقدر ادامه پیدا می‌کند تا اتفاق نظر (اختلاف حداکثر تا ۰/۲) حاصل شود.

پرسشنامه دلفی مورد استفاده، شامل ۳۹ سؤال بود (علاوه بر سؤال جمعیت شناختی). اهمیت هر یک از معیارها را با توجه به سه طیف سه تایی کم، متوسط و زیاد مورد سؤال قرار گرفتند. امتیازبندی به هر طیف طبق شکل زیر صورت گرفته است.

شکل شماره ۱: نحوه امتیازدهی به مقادیر قطعی توسط اعداد فازی دوزنقه‌ای و تابع عضویت متغیرهای زبانی



عدد فازی دوزنقه‌ای متناظر				امتیاز	طیف درجه اهمیت
چهارم	سوم	دوم	اول		
۴	۲	۰	۰	۱/۵	کم
۷	۶	۴	۳	۵	متوسط
۱۰	۱۰	۸	۶	۸/۵	زیاد

منبع: (جعفری و منظر، ۱۳۸۷: ۱۰۲)

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

نظرسنجی مرحله اول: فرایند کار با توزیع پرسشنامه آغاز شد. نتایج و محاسبات مرحله اول در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: نتیجه مرحله نخست نظرخواهی از خبرگان

بهد	شاخص	تعداد پاسخ‌ها		
		کم	متوسط	زیاد
مسئولیت آموزش و پژوهش	ارائه خدمات آموزشی باکیفیت	۰	۰	۹
	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	۰	۱	۸
	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	۰	۳	۶
	مدیریت رابطه با دانشجویان	۰	۱	۸
	رضایت دانشجویان	۰	۴	۵
	ارتقای بهره‌وری	۰	۳	۶
	رعایت استاندارد آموزشی	۰	۱	۸
مسئولیت قانونی	رعایت حقوق دانشجویان	۰	۰	۹
	احترام به تعهدات قراردادی فی‌مابین	۰	۲	۶
	رعایت الزامات قانونی	۰	۱	۸
	رعایت الزامات فراقانونی	۱	۳	۴
	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	۰	۴	۵
مسئولیت اخلاقی	ارائه اطلاعات واقعی و ناریب به دانشجویان، اساتید و کارمندان	۱	۲	۶
	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان	۰	۲	۷
	تکریم دانشجویان	۰	۱	۸
	رعایت حقوق سهامداران	۳	۴	۲
	مبارزه با فساد و رشوه	۰	۱	۸
	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض	۰	۱	۸
	رعایت مالکیت معنوی	۰	۱	۷
	احترام به ارزش‌های اجتماعی	۰	۰	۹
	رعایت اصول و موازین اخلاقی	۰	۱	۸
	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و اساتید	۰	۴	۵
	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	۲	۲	۴
	پژوهش در حوزه مدیریت سبز	۰	۴	۵
	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست	۰	۳	۶
صرفه‌جویی در مصرف انرژی	۰	۵	۴	
جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای	۳	۳	۳	
بازیافت و کاهش ضایعات	۲	۴	۳	
مسئولیت رفاه‌رسانی	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع	۰	۲	۷
	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه	۰	۳	۶
	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه	۰	۰	۹

۴	۵	۰	کمک به توسعه مناطق محروم
۵	۴	۰	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی
۱	۶	۲	جذب دانشجویان بومی
۱	۵	۳	استخدام بومی
۵	۴	۰	همکاری با مدارس، کسب و کارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی
۵	۴	۰	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)
۸	۱	۰	توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه

میانگین فازی نظرات خبرگان و مقدار فازی زدایی شده آن در جدول ۵ مشاهده می‌شود

جدول ۵: محاسبات مرحله نخست نظرخواهی از خبرگان

فازی زدایی	میانگین فازی دوزنقه‌ای	شاخص
7.65	(5.4 , 7.2 , 9.0 , 9.0)	ارائه خدمات آموزشی باکیفیت
7.3	(5.1 , 6.8 , 8.6 , 8.7)	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت
۶.۶	(۴.۵ , ۶ , ۷.۸ , ۸.۱)	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	مدیریت رابطه با دانشجویان
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	رضایت دانشجویان
۶.۶	(۴.۵ , ۶ , ۷.۸ , ۸.۱)	ارتقای بهره‌وری
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	رعایت استاندارد آموزشی
۷.۶۵	(۵.۴ , ۷.۲ , ۹ , ۹)	رعایت حقوق دانشجویان
۶.۷۸	(۴.۶۷ , ۶.۲۲ , ۸ , ۸.۲۲)	احترام به تعهدات قراردادی فی مابین
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	رعایت الزامات قانونی
۵.۶۱	(۳.۶۷ , ۴.۸۹ , ۶.۶۷ , ۷.۲۲)	رعایت الزامات فراقانونی
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	ارائه اطلاعات واقعی و ناریب به دانشجویان، اساتید و کارمندان
۶.۹۵	(۴.۸ , ۶.۴ , ۸.۲ , ۸.۴)	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	تکریم دانشجویان
۴.۱۵	(۲.۴ , ۳.۲ , ۵ , ۶)	رعایت حقوق سهامداران
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	مبارزه با فساد و رشوه
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض
۷.۱۷	(۵ , ۶.۶۷ , ۸.۴۴ , ۸.۵۶)	رعایت مالکیت معنوی
۷.۶۵	(۵.۴ , ۷.۲ , ۹ , ۹)	احترام به ارزش‌های اجتماعی

۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	رعایت اصول و موازین اخلاقی
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و اساتید
۵.۲۲	(۳.۳۳ , ۴.۴۴ , ۶.۲۲ , ۶.۸۹)	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	پژوهش در حوزه مدیریت سبز
۶.۶	(۴.۵ , ۶ , ۷.۸ , ۸.۱)	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست
۵.۹	(۳.۹ , ۵.۲ , ۷ , ۷.۵)	صرفه‌جویی در مصرف انرژی
۴.۵	(۲.۷ , ۳.۶ , ۵.۴ , ۶.۳)	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای
۴.۸۵	(۳ , ۴ , ۵.۸ , ۶.۶)	باز یافت و کاهش ضایعات
۶.۹۵	(۴.۸ , ۶.۴ , ۸.۲ , ۸.۴)	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع
۶.۶	(۴.۵ , ۶ , ۷.۸ , ۸.۱)	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه
۷.۶۵	(۵.۴ , ۷.۲ , ۹ , ۹)	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه
۵.۹	(۳.۹ , ۵.۲ , ۷ , ۷.۵)	کمک به توسعه مناطق محروم
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی
۴.۱۵	(۲.۴ , ۳.۲ , ۵ , ۶)	جذب دانشجویان بومی
۳.۸	(۲.۱ , ۲.۸ , ۴.۶ , ۵.۷)	استخدام بومی
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	همکاری با مدارس، کسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی
۶.۲۵	(۴.۲ , ۵.۶ , ۷.۴ , ۷.۸)	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)
۷.۳	(۵.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه

جهت انجام محاسبات از نرم‌افزار اکسل استفاده شده است. این محاسبات شامل فازی زدایی کردن نظرات هرکدام از خبرگان، میانگین‌گیری فازی برای هر شاخص، فازی زدایی کردن میانگین و بررسی اختلاف نظر هر یک از خبرگان از نظر میانگین اشد که در هر مرحله نظرسنجی لحاظ شده است.

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌گردد، بیشترین میزان موافقت خبرگان با شاخص‌های "ارائه خدمات آموزشی باکیفیت، رعایت حقوق دانشجویان، احترام به ارزش‌های اجتماعی و ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه" بوده و کمترین میزان موافقت با شاخص‌های "رعایت حقوق سهامداران، جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای، باز یافت و کاهش ضایعات، جذب دانشجویان بومی و استخدام بومی" بوده است.

با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی در دانشگاه دارای پیشینه تحقیق جامعی نبوده و برای طراحی مدل می‌بایست شاخص‌های موجود برای سازمان‌های بازرگانی و دولتی را به شاخصی

مناسب جهت استفاده در دانشگاه تبدیل کرد، لذا گروه مجری در پرسشنامه مرحله نخست این اختیار را به خبرگان داده که بتوانند شاخص‌های موردنظرشان را که در پرسشنامه ذکر نشده، به آن اضافه کنند. شاخص‌های "حفظ و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و اطراف آن" و "استفاده از انرژی‌های پاک" به‌عنوان دو شاخص جدید در مرحله‌های بعد مورد استفاده قرار گرفت. هم‌چنین به دلیل مبهم بودن ادبیات بعضی از شاخص‌ها، محققان اقدام به حذف یا تغییر بعد این شاخص‌ها نمودند. در این مرحله شاخص "رعایت حقوق سهامداران" حذف گردید و شاخص "ارتقای بهره‌وری" در بعد "مسئولیت قانونی" قرار گرفت.

نظرسنجی مرحله دوم

بعد از اعمال تغییرات لازم در شاخص‌ها و ابعاد، پرسشنامه مرحله دوم همراه با میانگین نظرات خبرگان و اختلاف نظر قبلی هر یک با میانگین بین اعضای گروه توزیع گردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، نظرات با استفاده از نرم‌افزار، همانند مرحله اول، تحلیل گردید. با توجه به نظرات ارائه‌شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج این مرحله، چنانچه اختلاف بین دو مرحله از حد ۰.۲ کمتر باشد، فرآیند نظرسنجی متوقف می‌گردد. در غیر این صورت باید برای شاخص‌هایی که اختلاف مرحله اول و دوم آن‌ها بیش از ۰.۲ است، مرحله سوم اجرا گردد. بدین منظور باید از رابطه ۶ استفاده شود: (چنگ و لین، ۲۰۰۲: ۱۷۸)

جدول شماره ۴: میزان اختلاف دیدگاه خبرگان در نظرسنجی مرحله اول و دوم

شاخص	مرحله اول	مرحله دوم	اختلاف مرحله اول و دوم
ارائه خدمات آموزشی باکیفیت	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	۷.۳۰	۷.۳۰	۰
ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	۶.۶۰	۵.۵۵	۱.۰۵
مدیریت رابطه با دانشجویان	۷.۳۰	۷.۶۵	۰.۳۵
رضایت دانشجویان	۶.۲۵	۵.۵۵	۰.۷
ارتقای بهره‌وری	۶.۶۰	۶.۲۵	۰.۳۵
رعایت استاندارد آموزشی	۷.۳۰	۷.۶۵	۰.۳۵
رعایت حقوق دانشجویان	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
احترام به تعهدات قراردادی فی‌مابین	۶.۷۸	۶.۷۸	۰
رعایت الزامات قانونی	۷.۳۰	۷.۶۵	۰.۳۵
رعایت الزامات فراقانونی	۵.۶۱	۵.۶۱	۰
در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	۶.۲۵	۵.۵۵	۰.۷
ارائه اطلاعات واقعی و ناریب به دانشجویان، اساتید و کارمندان	۶.۲۵	۵.۲۰	۱.۰۵

۰.۳۵	۶.۶۰	۶.۹۵	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان
۰.۳۵	۷.۶۵	۷.۳۰	تکریم دانشجویان
۰.۷	۶.۶۰	۷.۳۰	مبارزه با فساد و رشوه
۰	۷.۳۰	۷.۳۰	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض
۰.۱۳	۷.۳۰	۷.۱۷	رعایت مالکیت معنوی
۰.۰۹۴	۷.۵۶	۷.۶۵	احترام به ارزش‌های اجتماعی
۰.۳۵	۷.۶۵	۷.۳۰	رعایت اصول و موازین اخلاقی
۰.۳۵	۵.۹۰	۶.۲۵	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و اساتید
۱.۰۷۲	۴.۱۵	۵.۲۲	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت
۱.۴۱۶	۴.۸۳	۶.۲۵	پژوهش در حوزه مدیریت سبز
۰.۰۵	۶.۵۵	۶.۶۰	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست
۰.۳۵	۵.۵۵	۵.۹۰	صرفه‌جویی در مصرف انرژی
۰.۳۵	۴.۸۵	۴.۵۰	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای
۰	۴.۸۵	۴.۸۵	باز یافت و کاهش ضایعات
۴.۱۵	۴.۱۵		حفظ و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و خارج از آن
۴.۸۵	۴.۸۵		استفاده از انرژی‌های پاک
۰.۳۵	۶.۶۰	۶.۹۵	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع
۱.۰۵	۵.۵۵	۶.۶۰	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه
۰	۷.۶۵	۷.۶۵	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه
۱.۰۵	۴.۸۵	۵.۹۰	کمک به توسعه مناطق محروم
۱.۰۵	۵.۲۰	۶.۲۵	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی
۰	۴.۱۵	۴.۱۵	جذب دانشجویان بومی
۰.۷	۴.۵۰	۳.۸۰	استخدام بومی
۱.۰۵	۵.۲۰	۶.۲۵	همکاری با مدارس، کسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی
۱.۰۵	۵.۲۰	۶.۲۵	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)
۰.۱۳	۷.۱۷	۷.۳۰	توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه

نظرسنجی مرحله سوم

پس از مقایسه میانگین نظرات مرحله اول و دوم، باید برای ۲۷ شاخص مرحله سوم اجرا گردد. در مرحله سوم، شاخص‌هایی که خبرگان در مورد آن‌ها به اجماع نرسیده‌اند، دوباره نظرسنجی می‌شوند. پس از جمع‌آوری و تحلیل نتایج، باید اختلاف میانگین مرحله سوم و مرحله دوم بررسی شود و در صورت لزوم مرحله چهارم اجرا گردد.

جدول شماره ۵: میزان اختلاف دیدگاه خبرگان در نظرسنجی مرحله دوم و سوم

شاخص	مرحله دوم	مرحله سوم	اختلاف مرحله دوم و سوم
ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	۵.۵۵	۵.۵۵	۰
مدیریت رابطه با دانشجویان (ارتباط مؤثر با دانشجویان)	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
رضایت دانشجویان	۵.۵۵	۵.۲	۰.۳۵
ارتقای بهره‌وری	۶.۲۵	۶.۲۵	۰
رعایت استاندارد آموزشی	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
رعایت الزامات قانونی	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	۵.۵۵	۵.۵۵	۰
ارائه اطلاعات واقعی و نارپ به دانشجویان، اساتید و کارمندان	۵.۲۰	۵.۵۵	۰.۳۵
حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان	۶.۶۰	۷.۱۷	۰.۵۶
تکریم دانشجویان	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
مبارزه با فساد و رشوه	۶.۶۰	۶.۳۹	۰.۲۱
رعایت اصول و موازین اخلاقی	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و اساتید	۵.۹۰	۵.۵۵	۰.۳۵
اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	۴.۱۵	۴.۱۵	۰
پژوهش در حوزه مدیریت سبز	۴.۸۳	۴.۸۵	۰.۰۱۶
پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست	۶.۵۵	۶.۲	۰.۳۵
صرفه‌جویی در مصرف انرژی	۵.۵۵	۴.۸۵	۰.۷
جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای	۴.۸۵	۴.۵	۰.۳۵
حفظ و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و خارج از آن	۴.۱۵	۴.۴۴	۰.۲۹۴
استفاده از انرژی‌های پاک	۴.۸۵	۴.۸۵	۰
حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع	۶.۶۰	۵.۹۰	۰.۷
تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه	۵.۵۵	۵.۵۵	۰
کمک به توسعه مناطق محروم	۴.۸۵	۵.۲۲	۰.۳۷
اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی	۵.۲۰	۵.۵۵	۰.۳۵
استخدام بومی	۴.۵۰	۳.۸۰	۰.۷
همکاری با مدارس، کسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی	۵.۲۰	۵.۵۵	۰.۳۵
کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)	۵.۲۰	۵.۵۵	۰.۳۵

در این مرحله نیز اگر اختلاف بین میانگین مرحله دوم و سوم برای هر شاخص، بیش از ۰.۲ باشد، باید برای آن شاخص‌ها مرحله چهارم اجرا شود.

نظرسنجی مرحله چهارم

در مرحله چهارم، ۱۵ شاخص جهت نظرسنجی مجدد به اعضای گروه ارائه شد. پس از تحلیل نظرات، فرآیند دلفی فازی در مرحله چهارم متوقف گردید

جدول شماره ۶: میزان اختلاف دیدگاه خبرگان در نظرسنجی مرحله سوم و چهارم

اختلاف مرحله سوم و چهارم	مرحله چهارم	مرحله سوم	شاخص
	۴.۴۴	۵.۲	رضایت دانشجویان
	۵.۲۲	۵.۵۵	ارائه اطلاعات واقعی و ناریب به دانشجویان، کارمندان و اساتید
0.13	۷.۳	۷.۱۷	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، کارمندان و اساتید
0.13	۶.۲۵	۶.۳۹	مبارزه با رشوه و فساد
	۵.۹	۵.۵۵	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارمندان و اساتید
0	۵.۲	۵.۲۰	جلوگیری از آسیب رساندن به محیط زیست
0	۴.۸۵	۴.۸۵	صرفه جویی در مصرف انرژی
	۵.۲	۴.۵	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای
0.05	۴.۵	۴.۴۴	حفظ و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و خارج از آن
	۴.۸۵	۵.۹	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع
	۴.۸۵	۵.۲۲	کمک به توسعه مناطق محروم
0	۵.۵۵	۵.۵۵	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی
	۴.۸۵	۳.۸	استخدام بومی
	۵.۲	۵.۵۵	همکاری با مدارس، کسب و کارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی
	۴.۸۵	۵.۵۵	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)

نهایی سازی شاخص‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه

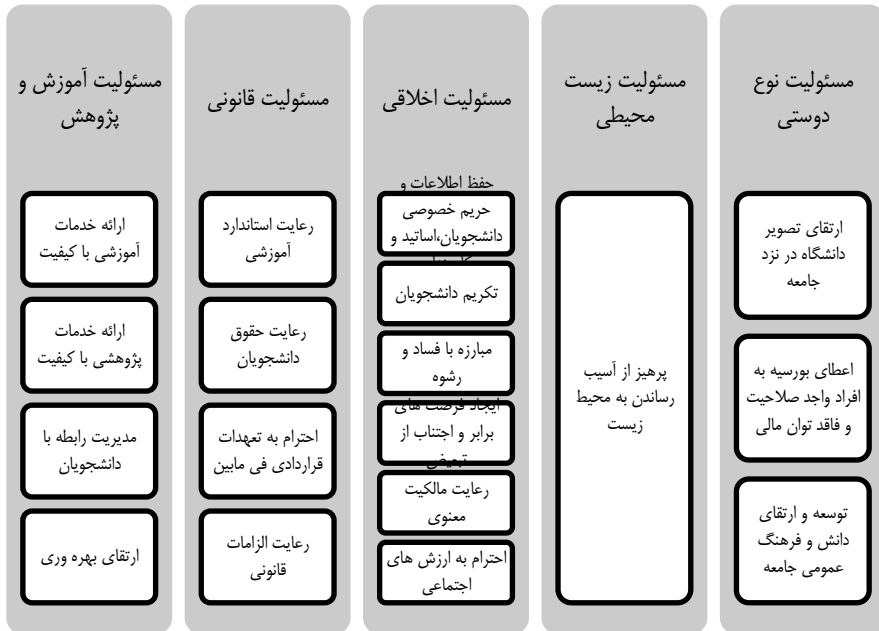
با توافق بر معیارها، حال باید حدی تعریف شود که توسط آن بتوان مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه، انتخاب شود. محققانی مانند الکساندر و دیگران، دوسوم یا ۶۷ درصد امتیاز داده شده توسط خبرگان به معیارها را عاملی برای انتخاب معیارها معرفی می‌کنند. با توجه به در این تحقیق امتیاز کم ۱/۵ و امتیاز بالا ۸/۵ بود. دوسوم فاصله کم‌وزیاد در نقطه ۶/۲ اتفاق می‌افتد. بدین ترتیب حد امتیاز قابل قبول ۶/۲ خواهد بود. درنهایت ۱۸ مؤلفه به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه انتخاب شدند.

جدول شماره ۷: امتیاز نهایی و نتیجه رد/ قبول شاخص‌ها

رد/قبول	امتیاز نهایی	شاخص	بعد
✓	۷.۶۵	ارائه خدمات آموزشی باکیفیت	مسئولیت آموزشی
✓	۷.۳۰	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	
×	۵.۵۵	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	
✓	۷.۶۵	مدیریت رابطه با دانشجویان	
×	۴.۴۴	رضایت دانشجویان	
✓	۶.۲۵	ارتقای بهره‌وری	

✓	۷.۶۵	رعایت استاندارد آموزشی	مسئولیت قانونی
✓	۷.۶۵	رعایت حقوق دانشجویان	
✓	۶.۷۸	احترام به تعهدات قراردادی فی مابین	
✓	۷.۶۵	رعایت الزامات قانونی	مسئولیت اخلاقی
×	۵.۶۱	رعایت الزامات فراقانونی	
×	۵.۵۵	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب پذیر	
×	۵.۲۲	ارائه اطلاعات واقعی و ناریب به دانشجویان، اساتید و کارمندان	
✓	۷.۳	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان	
✓	۷.۶۵	تکریم دانشجویان	
✓	۶.۲۵	مبارزه با فساد و رشوه	
✓	۷.۳۰	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض	
✓	۷.۳۰	رعایت مالکیت معنوی	
✓	۷.۵۶	احترام به ارزش‌های اجتماعی	
✓	۷.۶۵	رعایت اصول و موازین اخلاقی	
×	۵.۹	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و اساتید	
×	۴.۱۵	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	
×	۴.۸۵	پژوهش در حوزه مدیریت سبز	
✓	۶.۲	پرهیز از آسیب رساندن به محیط زیست	
×	۴.۸۵	صرفه جویی در مصرف انرژی	
×	۵.۲	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای	
×	۴.۸۵	بازیافت و کاهش ضایعات	
×	۴.۵	حفظ و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و خارج از آن	
×	۴.۸۵	استفاده از انرژی‌های پاک	
×	۴.۸۵	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع	
×	۵.۵۵	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه	مسئولیت اجتماعی
✓	۷.۶۵	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه	
×	۴.۸۵	کمک به توسعه مناطق محروم	
✓	۵.۵۵	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی	
×	۴.۱۵	جذب دانشجویان بومی	
×	۴.۸۵	استخدام بومی	
×	۵.۲	همکاری با مدارس، کسب و کارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی	
×	۴.۸۵	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)	
✓	۷.۱۷	توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه	

بدین ترتیب مدل نهایی مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها به شرح زیر است:



شکل شماره ۲: مدل نهایی مسئولیت اجتماعی در دانشگاه‌ها

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش برای اولین بار به ارائه مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه اقدام نموده است. در این پژوهش ضمن دسته‌بندی درکل ۱۸ معیار در ۵ بعد مجزا که عبارت بودند از ۱- مسئولیت آموزش و پژوهش ۲- مسئولیت قانونی ۳- مسئولیت اخلاقی ۴- مسئولیت زیست محیطی ۵- مسئولیت نوع دوستی؛ با به‌کارگیری روش‌های علمی مدلی طراحی شد که به کمک آن می‌توان مسئولیت اجتماعی دانشگاه را موردسنجش قرار داد. بر اساس نتایج این پژوهش مشخص شد که مسئولیت زیست محیطی در مسئولیت اجتماعی دانشگاه از نقش کمتری نسبت به سایر ابعاد برخوردار است و تنها محدود به پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست می‌گردد. شاید دلیل آن این باشد که فعالیت‌های دانشگاه مستقیماً به محیط‌زیست ارتباط پیدا نمی‌کند.

از نکات قابل توجه در مدل خروجی، پیرنگ بودن بحث آموزش و پژوهش است. بدین معنی که شاید انتظاری که از دانشگاه می‌رود در لایه اول این است که هدف و مأموریت خود را که پژوهش و آموزش است به‌خوبی انجام دهد، با این کار بخش قابل توجهی از مسئولیت خود را

در قبال دانشگاه انجام داده است. ابن نتیجه منطبق با نظریات گرد و وکوج (Gerde and González-Rodríguez et al, Wokutch 1998:415) گنزالو رودریگز (2013:2361) و کاریما و همکاران (Karima, Y. Oshima & K. Yamamoto, 2006) است.

مسئولیت مهم دیگر دانشگاه‌ها مسئولیت قانونی است؛ که از آن می‌توان به رعایت استانداردها و نرم‌های آموزشی است. اینکه دوره‌های آموزشی در سطح استاندارد و باکیفیت ارائه شود از مسئولیت‌های اصلی دانشگاه‌ها محسوب می‌شود. موضوع دیگر در این بعد رعایت حقوق دانشجویان است که وظایف دانشجویی و فرهنگی دانشگاه‌ها در این حوزه می‌گنجد. احترام به تعهدات و قراردادهایی که دانشگاه با عوامل برون‌سازمانی بر عهده دارد و همچنین رعایت الزامات قانونی در سطح وزارت علوم و الزامات کشوری (همانند قانون برنامه‌های توسعه و یا نقشه جامع علمی کشور ...) از دیگر مسئولیت‌های قانونی دانشگاه‌ها محسوب می‌شود. ابن موضوع منطبق با نظریات مولیادی و همکاران (Mulyadi, M. S. Anwar, Y, 2012)، مدل داوجونز (P. Katsoulakos & Y Katsoulakos, 2006) مدل کارول (carol, 1979) یافته‌های سیلبرتون و همکاران (Daniel Silberhorn & Richard C. Warren, 2007) و همچنین مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (Pavel Castka & Michaela A. Balzarova 2007) می‌باشد.

در حوزه مسئولیت‌های اخلاقی دانشگاه موظف به حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، اساتید و کارمندان است. دانشگاه می‌بایست کرامت دانشجویان را حفظ نموده و به ارزش‌های اجتماعی پایبند باشد. در پذیرش دانشجو و فراهم کردن فرصت‌های آموزشی باید فرصت‌های برابر برای همه ایجاد نماید و مبارزه با فساد و رشوه را جزو برنامه‌های خود قرار دهد، این موضوع منطبق بر یافته‌های سیلبرتون و همکاران (Daniel Silberhorn & Richard C. Warren, 2007) و مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (Pavel Castka & Michaela A. Balzarova, 2007) است. درنهایت در حوزه پژوهش موضوع مهم و تأثیرگذار رعایت مالکیت معنوی است که می‌بایست به‌طور جدی در دانشگاه پیگیری و رصد شود. این موضوع در مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (Pavel Castka & Michaela A. Balzarova, 2007) نیز به‌صراحت بحث شده است.

در حوزه زیست‌محیطی انتظاری غیر از پرهیز از آسیب‌رساندن به محیط‌زیست از دانشگاه نمی‌رود؛ و در نهایت در حوزه نوع‌دوستی یکی از وظایف دانشگاه‌ها، ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه است. دانشگاه باید به‌گونه‌ای فعالیت نماید که به‌عنوان نماد اصلی توسعه در شهر شناخته شود و موجب توسعه و ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه گردد. همچنین انتظار می‌رود که دانشگاه‌ها از افراد واجد صلاحیت که دارای استعداد خاصی هستند ولی شاید به دلایلی فاقد تمکن مالی باشند حمایت نموده و فرصت آموزش و یادگیری را برای آن‌ها فراهم نمایند. این موضوعات در مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (Pavel Castka & Michaela A. Balzarova, 2007) نیز بیان شده‌اند.

گام بعدی در این تحقیق اولویت‌بندی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه و در نهایت اندازه‌گیری آن در دانشگاه‌های کشور است که می‌تواند موضوع جذابی برای تحقیقات آینده باشد.

فهرست منابع:

- ایران‌نژاد پاریزی، مهدی و توسلی، سپیده، (نامعلوم)، مسئولیت اجتماعی و مدیریت سبز، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها ۴، صفحه ۷۰-۳۳
- پربرخ، مه‌ری، فتاحی، رحمت‌الله (۱۳۸۴)، راهنمای نگارش مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش، تهران: انتشارات کتابدار
- تقوی، علی و حقیقی کفاش، مهدی، رویکرد استراتژیک به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، برگرفته از سایت www.csriran.com
- جعفری، نیلوفر و منتظر، غلامعلی، (۱۳۸۷)، استفاده از روش دلفی برای تعیین سیاست‌های مالیاتی کشور، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، شماره اول، صفحه ۹۱-۱۱۴
- رحمان سرشت، حسین و رفیعی، محمود و کوشا، مرتضی، (۱۳۸۸)، مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فرا سازمانی، ماهنامه تدبیر، شماره ۲۰۴، صفحه ۲۶-۲۲
- رویایی، رمضانعلی و مهرداد، حسین، (۱۳۸۸)، بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره سوم، صفحه ۵۹-۴۳
- صنوبر، ناصر و مهدی زاده اصیل، نسرين، (۱۳۸۷)، رابطه توجه به مسئولیت اجتماعی و عملکرد بازاریابی شرکت‌های صادرکننده نمونه صنایع غذایی، دو فصلنامه مطالعات مدیریت، سال ۱۹، شماره ۵۹، صفحه ۸۵-۷۱
- طبرسا، غلامعلی و رضائیان، علی و آذر، عادل و علیخانی، حمید، (۱۳۹۰)، تبیین و طراحی مدل رسالت مسئولیت اجتماعی، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۸، صفحه ۱۰۲-۸۳
- قاهری، راضیه، (نامعلوم)، مسئولیت اجتماعی سازمان و ضرورت توجه به آن، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها ۳، صفحه ۱۵۸-۱۰۹
- قربانی، محمد و زرنندی، محمد مهدی و حصارى، رضا، (۱۳۸۴)، اخلاق و مسئولیت اجتماعی مدیران، فصلنامه مدیریت فردا، شماره ۱۱ و ۱۲، صفحه ۹۱-۷۹
- مشبکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب، (۱۳۸۹)، بررسی رابطه فرهنگ‌سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و یکم، شماره چهارم، صفحه ۵۶-۳۷
- میرسپاسی، ناصر و طلوعی اشلقی، عباس و معمار زاده، غلامرضا و پیدایی، میرمهرداد، (۱۳۸۹)، طرح مدل تعالی منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران با استفاده از تکنیک دلفی فازی، مجله پژوهش‌های مدیریت، شماره ۸۷، صفحه ۲۳-۱

نصر، احمدرضا و فهیمه حسینی (۱۳۸۴): تهیه اعتبار سنجی و تدوین فرایند اجرای پرسشنامه‌های ارزیابی عملکرد مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاه‌ها؛ ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیران کیفیت؛ تهران

- Ahmad, Jamilah, (2012), Can a university act as a corporate social responsibility (CSR) driver? An analysis, *Social Responsibility Journal*, Vol. 8, No. 1, pp. 77-86, DOI 10.1108/17471111211196584
- Avlonas, Nikos, (2004), American College of Greece, First presentation of The EFQM Framework for CSR, Brussels
- Branco, Manuel Castelo, and Rodrigues, Lu'cia Lima, (2006), Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective, *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 11 No. 3, pp. 232-248, doi: 10.1108/13563280610680821
- Brownlee, Ann & Associates (1992), *strategies for enrolling university and Research Institutes Health system Research*, vol.3.
- Castka, Pavel, and A. Balzarova, Michaela, (2007), A critical look on quality through CSR lenses Key challenges stemming from the development of ISO 26000, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 24, No. 7, pp. 738-752, doi: 10.1108/02656710710774700
- Cavalli-Sforza, V and Ortolano, L (1984), Delphi forecasts of land use: transportation interactions", *Journal of Transportation Engineering*, Vol 110, No 3, pp 324-339.
- Cheng, Ching-Hsue, and Lin, Yin, (2002), Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation, *European Journal of Operational Research*, No. Or Vol. 142, pp. 174-186
- Commission of European Communities (2006). Implementing the partnership for growth and jobs: Making Europe a pole of excellence on CSR.Brussels, 22.3.2006, COM (2006) 136final. 2 – 5.
- Commission of European Communities (2007). CSR and SMEs. Commission CSR Policy. Retrieved in 2007 from <http://ec.europa.eu/enterprise/csr/>.
- Dahan, Gresi Sanje, and Senol, Isil, (2012), Corporate Social Responsibility in Higher Education Institution: Istanbul Bilgi University Case, *American International Journal of Contemporary Research*, Vol. 2, No. 3, pp.95-103.
- Epstein, E.M.: The continuing quest for accountable, ethical, and humane corporate capitalism: an enduring challenge for social issues in management in the new millennium. *Bus. Soc.* 38(3), 253 (1999)
- Gamson, Z.F.: Higher education and rebuilding civic life. *Change* 29(1), 10–14 (1997)
- Gerde, V.W. Wokutch, R.E.: 25Years and going strong. *Bus. Soc.* 37(4), 414–446 (1998)
- Hauser, S.M.: Education, ability, and civic engagement in the contemporary United States. *So. Sci. Res.* 29(4),556–582 (2000)

- Hou, Jiran, and Reber, Bryan H. (2011), Dimensions of disclosures: Corporate social responsibility reporting be media companies, *Public Relation Review* 37, p 166-168
- Hung Chen, Chih, (2011), The major components of corporate social responsibility, *Journal of Global Responsibility*, Vol. 2, No. 1, pp. 85-99, doi: 10.1108/20412561111128546
- Ibrahim, N.A. Angelidis, J.P. Howard, D.P.: Corporate social responsibility: A comparative analysis of perceptions of practicing accountants and accounting students. *J. Bus. Ethics* 66, 157–167 (2006)
- Karima, Risuke, and Oshima, Yoshito, and Yamamoto, Kazuo, (2006), Identification of subjects for Social Responsibility education at universities and the present activity at the university of Tokyo, *Environmental Sciences*, Vol. 13, No. 6, p 327-337
- Katsoulakos, P. and Katsoulakos, Y. (2006), A multi-dimensional view of corporate responsibility, 4CR working papers
- Leitão, J. Silva, M.J.: CSR and social marketing: What is the desired role for Universities in fostering public policies? MPRA Paper No. 2954. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/2954/> (2007). Accessed 1 June 2012
- Mandhachitara, Rujirutana, and Poolthong, Yaowalak, (2011), A model of customer loyalty and corporate social responsibility, *Journal of Services Marketing*, Vol. 25, No. 2, pp. 122–133, doi: 10.1108/08876041111119840
- María Rosario González-Rodríguez, María Carmen Díaz-Fernández, Marek Pawlak · Biagio Simonetti (2013), Perceptions of students university of corporate social Responsibility, *Qual Quant* (2013) 47:2361–2377
- Meehan, John, and Meehan, Karon, and Richards, Adam, (2006), Corporate Social Responsibility: the 3C-SR model, *International Journal of Social Economics*, Vol. 33, No. 5/6, pp. 386-398, doi: 10.1108/03068290610660661
- Milovanovic, Goran, and Barac, Nada, and Andjelkovic, Aleksandra, (2009), Corporate social responsibility in globalization era, *FACTA universities, series: Economic and Organization*, Vol. 6, No. 2, p89-104
- Mirfazli, Edwin, (2008), Evaluate corporate social responsibility disclosure at Annual Report Companies in multifarious group of industry members of Jakarta Stock Exchange (JSX), Indonesia, *SOCIAL RESPONSIBILITY JOURNAL*, Vol. 4 No. 3, pp. 388-406, doi: 10.1108/17471110810892884
- Mullen, P. M (2003), Delphi: myths and reality, *Journal of Health Organization and Management*, Vol 17, No 1, pp 37-52.
- Mulyadi, M. S. Anwar, Y. and Siagian, F. (2012). Study of income tax incentives in creative industry. *International Journal of Arts and Commerce*, 1(6): 21-24.
- Nejati, Mehran, and Shafaei, Azadeh, and Salamzadeh, Yashar, and Daraei, Mohammadreza, (2011) Corporate social responsibility and universities: A

study of top 10 world universities websites, *African Journal of Business Management*, Vol 5(2), p 440-447, doi: 10.5897/AJBM 10.554

Pascarella, Ernest T. Ethington, Corinna A. Smart, John C.: The influence of college on humanitarian/civic involvement values. *J. High. Educ.* 59(4) (1988)

Pouliopoulos, Leonidas, and Geitona, Mary, and Pouliopoulos, Theofilos, and Triantafillidou, Amalia, (2012), Manager's perception and opinions towards corporate social responsibility in Greece, *International Conference On Applied Economics, Procedia Economics and Finance*, p 311-320, doi: 10.1016/S2212-5671(12)00036-6

Reiser (2008). University Social Responsibility definition. Cited and retrieved 14.10.2009 from

http://www.usralliance.org/resources/Aurilla_Presentation_Session6.pdf.

Ruxandra Vasilescua, Cristina Barnab *, Manuela Epurec, Claudia Baicud(2010) Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2 (2010) 4177–4182

Shahin, Arash, and Zairi, Mohamed, (2007), Corporate governance as a critical element for driving excellence in corporate social responsibility, *International Journal of Quality & Reliability Management* Vol. 24, No. 7, pp. 753-770, doi: 10.1108/02656710710774719

Silberhorn, Daniel, and Warren, Richard C. (2007), Defining corporate social responsibility: A view from big companies in Germany and the UK, *European Business Review*, Vol. 19, No. 5, pp. 352 – 372, doi: 10.1108/09555340710818950

Sirsly, Tetrault, (2009), 75 years of lessons learned: chief executive officer values and corporate social responsibility, *Journal of Management History*, Vol. 15, No.1, p 78-95, doi: 10.1108/17511340910921808

Tench, Ralph, and Bowd, Ryan, and Jones, Brian, (2007) Perceptions and perspectives: corporate social responsibility and the media, *Journal of Communication Management*, Vol. 11, No. 4, pp. 348-370, doi: 10.1108/13632540710843940

Vasilescua, Ruxandra, and Barnab, Cristina, and Epurec, Manuela, and Baicud, Claudia, (2010), Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. or No. 2, pp 4177–4182

Visser, W. (2010) CSR 2.0 and the New DNA of Business, *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, Vol. 5, No. 3, p. 7, 2010. Also published on SSRN at: <http://ssrn.com/abstract=1725159>

Vázquez, José Luis, and Aza, Carlota L. and Lanero, Ana, (2014), Are students aware of university social responsibility? Some insights from a survey in a Spanish university, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, DOI 10.1007/s12208-014-0114-3

Yao Dzansi, Dennis, and Pretorius, Marius, (2009), The development and structural confirmation of an instrument for measuring the social responsibility of small and micro business in the African context, *SOCIAL RESPONSIBILITY JOURNAL*, Vol. 5, No. 4, pp. 450-463, doi: 10.1108/17471110910995320