

شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی

مطالعه موردنی: دانشگاه شیراز^۱

مسلم علی‌محمدلو^۲

بنفشه اکبری^۳

الهام مهدویان پور^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۴/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۰۶

چکیده

دانشگاه به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای یک کشور، علاوه بر وظیفه تعلیم و تربیت دانشجو، در حوزه‌های قانونی، زیست‌محیطی، اخلاقی و نوع‌دوسنی 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 به طور 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 برگفته 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

⁵ University Social Responsibility

مقدمه

سازمان‌ها برای انجام وظایف با بیشترین کارایی و اثربخشی و درنتیجه تحقق اهداف و مأموریت‌ها، علاوه بر رعایت استاندارها 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"^۱ شکل گرفته است. (رحمانی سرشت، رفیعی، کوشان، 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^۱، 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 به طورکلی نظام آموزش عالی، گرانبهاترین 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 به عنوان 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 به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای یک کشور، علاوه بر وظیفه تعلیم و تربیت دانشجو، در حوزه‌های قانونی، زیست‌محیطی، اخلاقی و نوع‌دoustی 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 راه حل‌های 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 کفايت موردن توجه قرار گیرد. دانشگاه‌ها در صدد 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 (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 به طور مشخص اعلام می‌نمود که مسئولیت اجتماعی به طور فرایندهای از جنبه‌های ذاتی نظام آموزش عالی، بهخصوص از دانشگاه‌ها می‌باشد. (سایت کنفرانس)

دانشگاه شیراز با پیشینه بیش از نیم قرن، 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 مسئولیت اجتماعی رسید مانند:

- ارتقاء موقعیت دانشگاه شیراز در سطح ملی و بین‌المللی به عنوان 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 به طور 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 دلگی 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 به منظور جلوگیری از هدر رفت سرمایه‌های مادی و انسانی ضرورتی انکارنپذیر 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، هنجره‌ها 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 نوشه‌های خود به اهمیت آن اشاره نموده‌اند (صنوبر، مهدی زاده اصل، ۱۳۸۷: ۷۲)

ترتالت سیرسلی^۱ (۲۰۰۹) در تحقیقی تحت عنوان " ۷۵ سال دروس یاد گرفته شده^۲" به بررسی تاریخی مسئولیت اجتماعی پرداخته و دروس یاد گرفته شده در این زمینه را از دیدگاه مدیران بیان کرده است. وی تاریخچه سیر تحول مسئولیت اجتماعی در شش بخش تقسیم- بندی 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 بعداز آن: 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 کفash، ص ۱). مسئولیت اجتماعی به عنوان تعهد داوطلبانه شرکت جهت فراتر رفتن از تعهدات صریح و ضمنی تحمیل شده 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" می- نویسنده، "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، کوشان، 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 به طور 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، زرندی؛ حصاری، 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." (فاهری، 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)

نظریه پرداز	خلاصه رویکرد و مفهوم
Dodd(1932)	ملیان، علاوه بر مسئولیت اقتصادی، در برایر سهامداران و جامعه مسئولیت دارد.
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 فدایکاری
Johnson (2003)	مسئولیت اجتماعی یکی از نقش‌های اساسی شرکت در کمک به رفاه کلی جامعه است، به عنوان مثال فعالیت‌هایی از جمله: افزایش سودآموزی، حذف فقر و بیکاری، حفظ محیط‌زیست
Perrini (2005)	مسئولیت اجتماعی یعنی پاسخگو بودن شرکت در مقابل فعالیتها. مسئولیت اجتماعی هفت موضوع دارد: کارایی عملیاتی، حداکثر امنیت، حفظ محیط‌زیست، کیفیت و نوآوری، گفتمان آزاد، توسعه مهارت و شهرروند 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 مستویت اجتماعی طی چند دهه اخیر ایجاد شده است. هرچند در ابتدا تمرکز اصلی مفهوم مستویت 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 مستویت اجتماعی دانشگاه‌ها مطرح بوده. با توجه به مباحث گفته شده، تعریف مستویت اجتماعی شرکت‌ها خیلی ساده نیست و مشخص است که تعریف مستویت اجتماعی دانشگاه‌ها خیلی سخت‌تر است. مستویت 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 Vasilescuet 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 شکل دهنده‌گان هویت هستند با مستویت اصلی در برابر ملت و کل دنیا. به همین منظور، دانشگاه‌ها نقش مهمی در ادغام مستویت 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 به عنوان مکانی هستند که دانشجویان می‌توانند دانش و تجربه کسب کنند و به عنوان عاملی برای ترویج سبک زندگی مفید و سالم به دانش آموزان است که شامل قرار گرفتن در معرض و عملکرد مستویت اجتماعی می‌شود. علاوه بر این، فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست، اگر خود دانشگاه به عنوان یک مدل عمل کند، می‌تواند به آسانی القا شود؛ بنابراین ضروری است که دانشگاه‌ها عملکرد خوبی در مستویت اجتماعی داشته باشند (Ahmad, 2012:78).

تحت شرایط جدید از جمله جهانی شدن، 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 مورداستفاده قرار می‌دهند؛ و در این میان، برخی مؤسسات در حال پی‌بردن به وجهه سازمانی، هویت‌سازمانی، شهرت سازمانی و

به طور کلی مسئولیت اجتماعی به عنوان 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 به عنوان 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 آنچاست 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 سانفراسیسکو 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) کاریما^۴، 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 مسئولیت اجتماعی شناسایی و برای بومی‌سازی آن‌ها در دانشگاه‌ها از تکنیک دلگی 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

عنوان	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	
	نوع دوستی	
Mulyadi, M. S. Anwar, Y (2012)	کارکنان	نرده‌بان عملکرد CSR
	زمین	
	سود	
Dennis Yao Dzansi & Marius Pretorius (2009)	پایین نگهداشتن هزینه عملیاتی، افزایش سطح وفاداری مشتری، بهبود نگرش کارکنان، بهره‌وری بیشتر کارکنان،...	مدل دنیز
Wayne Visser (2010)	مسئولیت اخلاقی/پایداری زیست محیطی	مدل DNA
	مسئولیت اجتماعی/پایداری اجتماعی	
	مسئولیت کار (کارکنان)/پایداری انسانی	
	مسئولیت مالی/پایداری اقتصادی	
Dr. P. Katsoulakos & Prof. Y Katsoulakos (2006)	بعد اقتصادی	Dow Jones
	بعد زیست محیطی	
	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	
	محیط‌زیست	
	اقدامات و فعالیت‌های مبتنی بر عدالت	
	مشارکت و توسعه اجتماع	
Arash Shahin &	موضوعات مرتبه با مشتریان	مدل اجتماع

Mohamed Zairi (2007)	گروه‌های زیست‌محیطی کارکنان مشتریان سرمایه‌گذاران تأمین‌کنندگان	Stakeholder
Edwin Mirfazli (2008)	مستویت اجتماعی شرکت ^۱	مدل Tripple bottom line
	مستویت محیطی شرکت ^۲	
	مستویت 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 & Luísa Lima Rodrigues (2006)	محیط‌زیست	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 شهر و ند شرکتی خوب	
Daniel Silberhorn& Richard C. Warren (2007)	محرك‌های CSR	محرك، زمینه و فرآیندهای CSR
	فرآیندهای CSR	
	زمینه‌های CSR	
	موضوعات ذینفعان	

^۱ CSR

^۲ CER

^۳ 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 تقسیم - بندهی شد. نتیجه آن در جدول زیر جمع‌بندی شده است.

جدول شماره ۳. شاخص‌های مدل مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها

مدل مربوطه	شاخص	
شاخص‌های CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، Carroll	ارائه خدمات آموزشی باکیفیت	مشترک و ذینفعان
شاخص‌های CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، Carroll	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	
شاخص‌های CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، Carroll	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	
Dow Jones	ارتباط مؤثر با دانشجویان	
انتظارات از Carroll، CSR	رضایت دانشجویان	
Carroll، دنیز	ارتقای بهرهوری	مشترک از فرموده
Carroll، Dow Jones	رعایت استاندارد آموزشی	
نرdban عملکرد	رعایت حقوق دانشجویان	
شاخص‌های Caroll، CSR	احترام به تعهدات قراردادی فی‌ماین	
محرك و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، نرdban عملکرد، ایزو ۲۶۰۰۰، شاخص‌های CSR، ۴CR	رعایت الزامات قانونی	
شاخص‌های CSR	رعایت الزامات فرآانونی	مشترک از فرموده
حوزه‌های CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	
شاخص‌های CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	ارائه اطلاعات واقعی و تاریخ به دانشجویان، استادی و کارمندان	
اقدامات اصلی CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، استادی و کارمندان	
دنیز	تکریم دانشجویان	
معیارهای CSR، ایزو ۲۶۰۰۰، نرdban عملکرد، Carroll	مبارزه با فساد و رشوه	مشترک از فرموده
اقدامات اصلی CSR، انتظارات از CSR، نرdban عملکرد، Carroll، DNA، CSR	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 ۴CR، Dow Jones، ایزو ۲۶۰۰۰	رعایت اصول و موازین اخلاقی	
شاخص‌های CSR، اقدامات اصلی CSR، انتظارات از CSR، مدل ذینفعان، حوزه‌های CSR، معیارهای Carroll، ۴CR، ایزو ۲۶۰۰۰	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و استادی	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت
ایزو ۲۶۰۰۰، Dow Jones	اجرای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	

پژوهش در حوزه مدیریت سبز	
شاخص‌های CSR، اقدامات اصلی CSR، محرك و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، انتظارات از CSR، مدل ذی‌فغان، حوزه‌های CSR، معیارهای CSR، ایزو EFQM، ۴CR، ۲۶۰۰۰	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست
مبتنی بر ذی‌فغان، حوزه‌های CSR، Carroll	صرفه‌جویی در مصرف انرژی
عملکرد CSR – هاردی DNA، Carroll	جلوگیری از آلودگی هوای انتشار گازهای گلخانه‌ای
مدل ذی‌فغان، حوزه‌های CSR، بازیافت و کاهش ضایعات	حافظه و ارتقای فضای سبز در محوطه دانشگاه و خارج از آن
نظر کارشناسی استفاده از انرژی‌های پاک	
CSR، ابعاد دنیز، ۴CR	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان در فعالیت‌های اجتماعی
Carroll, EFQM	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌منفعه
EFQM، دنیز	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه
انتظارات از CSR	کمک به توسعه مناطق محروم
انتظارات از CSR	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و قادر توان مالی
نظر کارشناسی جذب دانشجویان بومی	
EFQM، CSR، دنیز، ابعاد	استخدام بومی
Carroll	همکاری با مدارس، کسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی
شاخص‌های CSR، محرك و زمینه‌ها و فرآیندهای CSR، انتظارات از CSR، مدل ذی‌فغان، ابعاد CSR، حوزه‌های CSR، معیارهای CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و پسردوسانه)
اقدامات اصلی CSR، حوزه‌های CSR، ایزو ۲۶۰۰۰	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 دلگی 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 دلگی، نظرات مختلفی در مورد تعداد خبرگان موردنیاز وجود دارد: بین ۱۰ تا ۵۰ نفر (تیوف، ۱۹۷۰، ۱۵۳؛ به نقل از مولن، ۳: ۲۰۰۳)، بین ۸ تا ۱۲ نفر (کاوالي اسفورا و اورتولانو، ۱۹۸۴: ۳۲۵) و بین ۷ تا ۱۲

نفر (فیلیپس، 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.

در واقع 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، متظر، 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 ذوزنقه‌ای، ۴ عدد فازی به هریک از رتبه‌ها و امتیازها داده می‌شود که $a_1^{(i)}$ رتبه بدینانه، $a_2^{(i)}$ رتبه باورکردنی و قابل قبول و $a_4^{(i)}$ رتبه خوش‌بینانه است. منظور از ن، شماره خبره‌ای است که اعلام نظر کرده است. در این صورت و با توجه به گفته‌های بالا، مجموعه اعداد فازی ذوزنقه‌ای برای هر خبره به شکل زیر است.

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

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 $a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}$ و $a_4^{(i)}$ است یعنی:

$$\begin{aligned} \tilde{A}_m &= (a_{m1}, a_{m2}, a_{m3}, a_{m4}) \\ &= \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_4^{(i)} \right) \end{aligned} \quad \text{رابطه شماره ۲}$$

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

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

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 ذوزنقه‌ای بیان می‌کنند که به شکل زیر است.

$$\text{رابطه شماره ۴} \quad \tilde{B}^{(i)} = (b_1^{(i)}, b_2^{(i)}, b_3^{(i)}, b_4^{(i)}) \quad i = 1, 2, \dots, n.$$

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

$$\text{رابطه شماره ۵} \quad \tilde{B}_m = (b_{m1}, b_{m2}, b_{m3}, b_{m4}) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_4^{(i)} \right)$$

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

$$\text{رابطه شماره ۶} \quad \left(b_{m1} - b_1^{(i)}, b_{m2} - b_2^{(i)}, b_{m3} - b_3^{(i)}, b_{m4} - b_4^{(i)} \right) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_1^{(i)} - b_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_2^{(i)} - b_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_3^{(i)} - b_3^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_4^{(i)} - b_4^{(i)} \right)$$

ازی و تکرار دفعات تا آنجایی پیش می‌رود که اختلاف‌نظرها به حداقل $\frac{1}{2}$

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 متظر، ۱۳۸۷: ۱۰۷)

رابطه شماره ۷

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

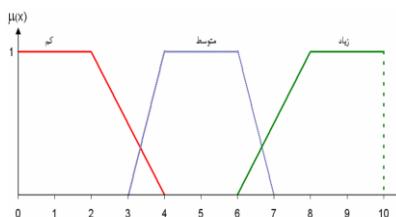
اعداد فازی ذوزنقه‌ای توسط رابطه‌ی زیر به اعداد قطعی تبدیل می‌شوند.

$$\text{رابطه شماره ۸} \quad C = (a_1 + a_2 + a_3 + a_4)/4$$

گام چهارم: این فرایند آنقدر ادامه پیدا می‌کند تا اتفاق نظر (اختلاف حداقل تا $\frac{1}{2}$) حاصل شود.

پرسشنامه دلگی مورداستفاده، شامل ۳۹ سؤال بود (علاوه بر سؤال جمعیت شناختی). اهمیت هریک از معیارها را با توجه به سه طیف سه‌تایی 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 ذوزنقه‌ای وتابع عضویت متغیرهای زبانی



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

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

ردیف	شاخص	تعداد پاسخ‌ها		
		زمینه‌بندی	متوسط	کم
۹	ارائه خدمات آموزشی باکیفیت	پژوهشی	۰	۰
۸	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	آموزشی	۱	۰
۶	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	دانشجویی	۳	۰
۸	مدیریت رابطه با دانشجویان	دانشجویان	۱	۰
۵	رضایت دانشجویان	دانشجویان	۴	۰
۶	ارتقای بهره‌وری	بهره‌وری	۳	۰
۸	رعایت استاندارد آموزشی	اموزشی	۱	۰
۹	رعایت حقوق دانشجویان	حقوق	۰	۰
۶	احترام به تعهدات قراردادی فی مایبن	تعهدات	۲	۰
۸	رعایت الزامات قانونی	قانونی	۱	۰
۴	رعایت الزامات فرماقونی	فرماقونی	۳	۱
۵	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	آسیب‌پذیر	۴	۰
۶	ارائه اطلاعات واقعی و نازاری به دانشجویان، استادی و کارمندان	استادی و کارمندان	۲	۱
۷	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، استادی و کارمندان	دانشجویان	۲	۰
۸	تکریم دانشجویان	دانشجویان	۱	۰
۲	رعایت حقوق سهامداران	سهامداران	۴	۳
۸	مبارزه با فساد و رشوه	فساد و رشوه	۱	۰
۸	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض	تبغیض	۱	۰
۷	رعایت مالکیت معنوی	مالکیت معنوی	۱	۰
۹	احترام به ارزش‌های اجتماعی	ارزش‌های اجتماعی	۰	۰
۸	رعایت اصول و موازین اخلاقی	اخلاقی	۱	۰
۵	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و استادی	کارکنان و استادی	۴	۰
۴	اجراهای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	جنایت	۲	۲
۵	پژوهش در حوزه مدیریت سبز	مدیریت سبز	۴	۰
۶	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست	محیط‌زیست	۳	۰
۴	صرف‌جویی در مصرف انرژی	انرژی	۵	۰
۳	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای	آلودگی هوا	۳	۳
۳	بازیافت و کاهش ضایعات	ضایعات	۴	۲
۷	حمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع	مجتمع	۲	۰
۶	تعامل با سازمان‌های مدنی عام المنفعه	مدنی	۳	۰
۹	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه	نمایندگی	۰	۰

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، کسبوکارها، 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 زادایی	میانگین فازی ذوزنقه‌ای	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	(۰.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	مدیریت رایطه 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	(۰.۱ , 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	(۰.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	رعایت الزامات قانونی
۵.۶۱	(۳.۶۷ , ۴.۸۹ , ۶.۶۷ , ۷.۲۲)	رعایت الزامات فرآنانونی
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 نالاریب 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	(۰.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	تکریم دانشجویان
۴.۱۵	(۲.۴ , ۳.۲ , ۵ , ۶)	رعایت حقوق سهامداران
۷.۳	(۰.۱ , ۶.۸ , ۸.۶ , ۸.۷)	مبازه با فساد و رشوه
۷.۳	(۰.۱ , 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	(۰.۴ , 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
۰.۹	(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)	بازیافت 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 عالم‌منفعه
۷.۷۵	(۵.۴ , ۷.۲ , ۹ , ۹)	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه
۰.۹	(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 اختلاف‌نظر 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، بازیافت 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 مورد نظرشان 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" به عنوان 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 ارائه شده 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	۵.۰۵	۱.۰۵
ملیپریت رابطه با دانشجویان	۷.۳۰	۷.۶۵	۰.۳۵
رضایت دانشجویان	۶.۲۵	۵.۰۵	۰.۷
ارتقاء 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 فی‌ماین	۶.۷۸	۶.۷۸	۰
رعایت الزامات قانونی	۷.۳۰	۷.۶۵	۰.۳۵
رعایت الزامات فرآنونی	۵.۶۱	۵.۶۱	۰
در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	۶.۲۵	۵.۰۵	۰.۷
ارائه اطلاعات واقعی و تاریخ به دانشجویان، اساتید و کارمندان	۶.۲۵	۵.۲۰	۱.۰۵

۰.۳۵	۶.۶۰	۶.۹۵	حفظ اطلاعات و حريم خصوصی دانشجویان، استاید و کارمندان
۰.۲۵	۷.۶۵	۷.۳۰	تکریم دانشجویان
۰.۷	۶.۶۰	۷.۳۰	مبارزه با فساد و رشوه
۰	۷.۳۰	۷.۳۰	ایجاد فرصت‌های برای و اجتناب از تعیین
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
۰.۲۵	۵.۹۰	۶.۲۵	رعایت پهاداشت شغلی و ایمنی کارکنان و استاید
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	۶.۰۵	۶.۶۰	پرهیز از آسیب رساندن به محیط‌زیست
۰.۳۵	۵.۰۵	۵.۹۰	صرفه‌جویی در مصرف انرژی
۰.۲۵	۴.۸۵	۴.۵۰	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای
۰	۴.۸۵	۴.۸۵	بازیافت 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	حتمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع
۱.۰۵	۵.۰۵	۶.۶۰	تعامل با سازمان‌های مدنی عالم‌منفعه
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	جدب 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 خبریه (همکاری و کمک به نهادهای خبریه و پژوهش‌دانشگاهی)
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	۰.۵۵	۰.۵۵	۰
مدیریت رابطه با دانشجویان (ارتیاط مؤثر با دانشجویان)	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
رضایت دانشجویان	۰.۲	۰.۵۵	۰.۳۵
ارتقای بهرهوری	۶.۲۵	۶.۲۵	۰
رعايت استاندارد آموزشی	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
رعايت الزامات قانوني	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسيب‌پذير	۰.۵۵	۰.۵۵	۰
ارائه اطلاعات واقعی و تاریخی به دانشجویان، استادی و کارمندان	۰.۵۵	۰.۲۰	۰.۳۵
حفظ اطلاعات و حريم خصوصی دانشجویان، استادی و کارمندان	۷.۱۷	۶.۶۰	۰.۰۶
تکريم دانشجویان	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
مبارزه با فساد و رشوه	۶.۳۹	۶.۶۰	۰.۲۱
رعايت اصول و موازين اخلاقی	۷.۶۵	۷.۶۵	۰
رعايت بهداشت شغلی و ايماني کارکنان و استادی	۰.۹۰	۰.۵۵	۰.۳۵
اجراي سياست‌های ضد جرم و جناحت	۴.۱۵	۴.۱۵	۰
پژوهش در حوزه مدیریت سیز	۴.۸۵	۴.۸۳	۰.۰۱۶
پرهیز از آسيب رساندن به محیط‌زیست	۶.۲	۶.۰۵	۰.۳۵
صرف‌جويی در مصرف انرژي	۴.۸۵	۵.۰۵	۰.۷
جلوگيري از آلودگي هوا و انتشار گازهای گلخانه‌اي	۴.۸۵	۴.۵	۰.۳۵
حفظ و ارتقای فضای سبز در محظوظه 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	۰.۵۵	۰.۵۵	۰
کمک به توسعه مناطق محروم	۴.۸۵	۰.۲۲	۰.۳۷
اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی	۰.۲۰	۰.۵۵	۰.۳۵
استخدام بومي	۴.۵۰	۳.۸۰	۰.۷
همکاری با مدارس، كسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی	۰.۲۰	۰.۰۵	۰.۳۵
کمک‌های خيريه (همکاری و کمک به نهادهای خيريه و بشردوستانه)	۰.۲۰	۰.۰۵	۰.۳۵

در این مرحله نيز اگر اختلاف بين ميانگين مرحله دوم و سوم برای هر شاخص، بيش از ۰.۲ باشد، باید برای آن شاخص‌ها مرحله چهارم اجرا شود.

نظرسنجي مرحله چهارم

در مرحله چهارم، ۱۵ شاخص جهت نظرسنجي مجدد به اعضای گروه ارائه شد. پس از تحليل نظرات، فرآيند دلغى فازى در مرحله چهارم متوقف گردید

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

اشتلاف مرحله سوم و چهارم	مرحله چهارم	مرحله سوم	شاخص
	۴.۴۴	۵.۲	رضایت دانشجویان
	۰.۲۲	۰.۰۰	ارائه اطلاعات واقعی و نازلی 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
	۰.۹	۰.۰۰	رعایت پهداشت شغلی و اینمی کارمندان و اساتید
0	۰.۲	۰.۲۰	جلوگیری از آسیب رساندن به محیط زیست
0	۴.۸۵	۴.۸۵	صرف‌جویی در مصرف انرژی
	۰.۲	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	حتمایت از اقدامات داوطلبانه کارکنان برای اجتماع
	۴.۸۵	۵.۲۲	کمک به توسعه مناطق محروم
0	۰.۰۵	۰.۰۵	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی
	۴.۸۵	۳.۸	استخدام بومی
	۰.۲	۰.۰۵	همکاری با مدارس، کسب و کارها، اینمن‌ها و گروههای محلی
	۴.۸۵	۰.۰۵	کمک‌های خیریه (همکاری و کمک به نهادهای خیریه و بشردوستانه)

نهایی سازی شاخص‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه

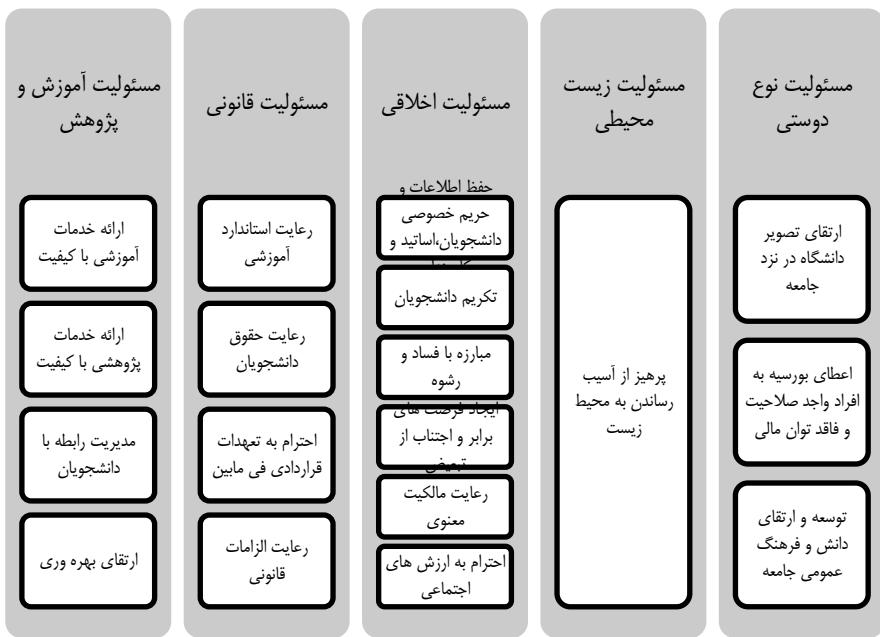
با تواافق بر معیارها، حال باید حدی تعریف شود که توسط آن بتوان مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه، انتخاب شود. محققانی مانند الکساندر و دیگران، دو سوم یا ۶۷ درصد امتیاز داده شده توسط خبرگان به معیارها را عاملی برای انتخاب معیارها معرفی می‌کنند. با توجه به در این تحقیق امتیاز کم ۱/۵ و امتیاز بالا ۸/۵ بود. دو سوم فاصله کم و زیاد در نقطه ۶/۲ اتفاق می‌افتد. بدین ترتیب حد امتیاز قابل قبول ۶/۲ خواهد بود. در نهایت ۱۸ مؤلفه به عنوان 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	مسئلین آموزش و پژوهش
✓	۷.۳۰	ارائه خدمات پژوهشی باکیفیت	
✗	۰.۰۰	ارائه خدمات دانشجویی باکیفیت	
✓	۷.۶۵	مدیریت رابطه با دانشجویان	
✗	۴.۴۴	رضایت دانشجویان	
✓	۶.۲۵	ارتقای بهره‌وری	

✓	۷.۶۵	رعایت استاندارد آموزشی	مسئولیت دانشجویی
✓	۷.۶۵	رعایت حقوق دانشجویان	
✓	۶.۷۸	احترام به تعهدات قراردادی فی‌مایبن	
✓	۷.۶۵	رعایت الزامات قانونی	
✗	۵.۶۱	رعایت الزامات فرماقونی	
✗	۵.۰۵	در نظر گرفتن شرایط دانشجوی آسیب‌پذیر	مسئولیت دانشجویی
✗	۵.۲۲	ارائه اطلاعات واقعی و تاریخ به دانشجویان، استادی و کارمندان	
✓	۷.۳	حفظ اطلاعات و حریم خصوصی دانشجویان، استادی و کارمندان	
✓	۷.۶۵	تکریم دانشجویان	
✓	۶.۲۵	مبارزه با فساد و رشوه	
✓	۷.۳۰	ایجاد فرصت‌های برابر و اجتناب از تبعیض	مسئولیت اخلاقی
✓	۷.۳۰	رعایت مالکیت معنوی	
✓	۷.۰۶	احترام به ارزش‌های اجتماعی	
✓	۷.۶۵	رعایت اصول و موازین اخلاقی	
✗	۵.۹	رعایت بهداشت شغلی و ایمنی کارکنان و استادی	
✗	۴.۱۵	اجراهای سیاست‌های ضد جرم و جنایت	مسئولیت زمینه‌سازی
✗	۴.۸۵	پژوهش در حوزه مدیریت سبز	
✓	۶.۲	پژوهیز از آسیب رساندن به محیط زیست	
✗	۴.۸۵	صرفه‌جویی در مصرف انرژی	
✗	۵.۲	جلوگیری از آلودگی هوا و انتشار گازهای گلخانه‌ای	
✗	۴.۸۵	بازیافت و کاهش ضایعات	مسئولیت محیط‌زیست
✗	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	
✗	۵.۰۵	تعامل با سازمان‌های مدنی عام‌المنفعه	
✓	۷.۶۵	ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه	مسئولیت نوعی و محتوی
✗	۴.۸۵	کمک به توسعه مناطق محروم	
✓	۵.۰۵	اعطای بورسیه به افراد واجد صلاحیت و فاقد توان مالی	
✗	۴.۱۵	جذب دانشجویان بومی	
✗	۴.۸۵	استخدام بومی	
✗	۵.۲	همکاری با مدارس، کسب‌وکارها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی	مسئولیت نوعی و محتوی
✗	۴.۸۵	کمک‌های خبریه (همکاری و کمک به نهادهای خبریه و پژوهندسی)	
✓	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 در کل 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 به کارگیری روش‌های علمی مدلی طراحی شد که به کمک آن می‌توان مسئولیت اجتماعی دانشگاه را مورد سنجش 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 محیط زیست می‌گردد. شاید دلیل آن این باشد که فعالیت‌های دانشگاه مستقیماً به محیط زیست ارتباط پیدا نمی‌کند.

از نکات قابل توجه در مدل خروجی، پرنگ 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 به خوبی انجام دهد، با این کار بخش قابل توجهی از مسئولیت خود را

در قبال دانشگاه انجام داده است. این نتیجه منطبق با نظریات گرد و وکوج (Gerde and González-Rodríguez etal, 1998:415). (گنزالو رو دریگز Wokutch 2006) و کاریما و همکاران (Karima,Y.Oshima & K.Yamamoto,2006) (2013:2361 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 و...) از دیگر مسئولیت‌های قانونی دانشگاهها محسوب می‌شود. این موضوع منطبق با نظریات مولیدی و همکاران (Mulyadi, M. S. Anwar, Y,2012)، مدل داوجونز (P. Katsoulakos & Y Katsoulakos,2006) (Daniel Silberhorn& Richard C. 1979) (یافته‌های سیلبرتون و همکاران carol, 2007) (Pavel Castka & Michaela A. 2007) و همچنین مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (Warren, 2007) (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& (2007) (Pavel Castka & Michaela A. 2007) (Richard C. Warren, 2007) و مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (A. Balzarova, 2007) است. درنهایت در حوزه پژوهش موضوع مهم و تاثیرگذار رعایت مالکیت معنوی است که می‌بایست به طور جدی در دانشگاه پیگیری و رصد شود. این موضوع در مدل ایزو ۲۶۰۰۰ (Pavel Castka & Michaela A. Balzarova, 2007) نیز به صراحت بحث شده است.

در حوزه زیست‌محیطی انتظاری غیر از پرهیز از آسیب‌رساندن به محیط‌زیست از دانشگاه نمی‌رود؛ و درنهایت در حوزه نوع‌دستی یکی از وظایف دانشگاه‌ها، ارتقای تصویر دانشگاه در نزد جامعه است. دانشگاه باید به‌گونه‌ای فعالت نماید که به عنوان 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 نماید. 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 درنهایت اندازه-گیری آن در دانشگاه‌های کشور است که می‌تواند موضوع جذابی برای تحقیقات آینده باشد.

فهرست منابع:

- ایران نژاد پاریزی، مهدی و توسلی، سپیده، (نامعلوم)، مسئولیت اجتماعی و مدیریت سبز، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، ۴، صفحه ۷۰-۳۳.
- پریخ، مهری، فتاحی، رحمت‌الله (۱۳۸۴)، راهنمای نگارش مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش، تهران: انتشارات کتابدار.
- تفوی، علی و حقیقی کفаш، مهدی، رویکرد استراتژیک به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، برگرفته از سایت www.csriran.com
- جعفری، نیلوفر و متظر، غلامعلی، (۱۳۸۷)، استفاده از روش دلفی برای تعیین سیاست‌های مالیاتی کشور، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، شماره اول، صفحه ۱۱۴-۹۱.
- رحمان سرشت، حسین و رفیعی، محمود و کوشان، مرتضی، (۱۳۸۸)، مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فراسازمانی، ماهنامه تدبیر، شماره ۴، ۲۰۴، صفحه ۲۶-۲۲.
- رویایی، رمضانعلی و مهردوست، 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 اصلی، نسرین، (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.
- قریانی، محمد و زرندی، محمدمهری و حصاری، 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 اشلمی، عباس و معمار زاده، غلامرضا و پیدایی، میرمهرداد، (۱۳۸۹)، طرح مدل تعالیٰ منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران با استفاده از تکنیک دلفی فازی، مجله پژوهش‌های مدیریت، شماره ۸۷، صفحه ۲۳-۱.

نصر، احمد رضا 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.: 25 Years 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 by 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 Buisness 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 Triantafilliodou, 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
- Sirsky, 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