**Provide a Model to Investigate the Role of Social Responsibility in Evaluating the Performance of Small and Medium Enterprises**

**Abstract**

In the complex environment of today's business and community organizations, as well as puberty and increasing customer awareness is an advantage, understanding and supporting of his demands as one of the main organizational relevantand stakeholders, is essential. Public interest groups, as a part of organizational relevant, are affective and important, whom the future of company is affected by their knowledge, attitudes and belief about its operation. Social responsibility is an issue that the modern organization has been emphasis on it considerably. That’s because Corporate Social Responsibility and sustainable development, social equity and economic growth are aligned. System of higher education in every country, is the most important institution in training, development and human resource management and main pillar in overall development of the country and has major functions and tasks in line with sustainable development. Refer to the role and position of higher education and the high sensitivity of public about the performance of this institution, balanced development of both quantitative and qualitative must be paid attention. In last two decades, according to greet of young adults for postsecondary education, higher education has been grown very good quantitatively. Proper and efficient evaluation in higher education must suit the conditions, characteristics and specific areas of the system. The aim of this study is to provide a model to study the role of social responsibility in the performance of small and medium enterprises and statistical population is consisted of senior managers and staff of nonprofit higher education institutions in Mashhad. Sampling method of this study is cluster sampling, in which, 323 subjects were selected. The assessment tool is a questionnaire which is made by researcher, measures Carroll social responsibility

model's impact on the components of EFQM organizational excellence. The reliability rate of the questionnaire is 97%, which shows a high correlation between questions. SPSS software (SPSS) and the Q-MS (EQS) is used for data analysis. The results of the analysis indicate that all components of CSR effect on all the elements of excellence. As a result, studied institutions in terms of quality, are at the acceptable level. In this study, the researcher developed and present a model for assessing business performance in studied institutions, that path analysis model was used to verify suitability of the model. The results of this model showed that presented model is suitable and can be used to measure the performance of non-profit higher education institutes. Finally, it is suggested to use this model for other universities and institutions of higher education.

**Keywords: corporate social responsibility, Carroll social responsibility model, EFQM Business Excellence Model, small and medium enterprises**

**ارائه مدلی به منظور بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در ارزیابی عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط (مطالعه موردی: مراکز آموزش عالی غیرانتفاعی مشهد)**

**سپیده نقیبی (نویسنده مسئول)**

**کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی**

**09153186880**

Sepide.naghibi@yahoo.com

**غلامرضا ملک زاده**

**عضو هیأت علمی دانشگاه فردوسی مشهد**

**09155158785**

rezamalekzadeh@yahoo.com

**چکیده**

در فضای پیچیده و دشوار تجاری و اجتماعی امروز سازمان ها، همان گونه که بلوغ و آگاهی روز افزون مشتری یک مزیت محسوب می شود، شناخت و تأمین خواسته های وی به عنوان یکی از ذی ربطان و ذی نفعان اصلی سازمانی، یک ضرورت است. مسئولیت اجتماعی موضوعی است که در سازمان های امروزی، تأکید قابل ملاحظه ای بر آن شده است.

با توجه به نقش و جایگاه آموزش عالی و حساسیت زیاد مردم نسبت به عملکرد این نهاد، باید به رشد متعادل آن از هر دو بعد کمی و کیفی توجه شود. با این وجود، شاید رشد کیفی دانشگاه ها مورد غفلت واقع شده است و بهبود و ارتقای کیفیت مستلزم سازوکار مناسب ارزیابی است. هدف از نحقیق حاضر، ارائه مدلی به منظور بررسی نقش مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط است که جامعه آماری تحقیق شامل رؤسا و مدیران ارشد و کارکنان مراکز آموزش عالی غیرانتفاعی مشهد است. روش نمونه گیری در این تحقیق، نمونه گیری تصادفی خوشه ای است که 323 نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. ابزار سنجش شامل یک پرسشنامه محقق ساخته است که تأثیر مدل مسئولیت اجتماعی کارول را بر مؤلفه های تعالی سازمانی EFQM می سنجد. میزان پایایی پرسشنامه 97% می باشد که همبستگی بالای میان سؤالات را نشان می دهد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار اس پی اس اس (SPSS) و ای کیو اس (EQS)استفاده شده است. . نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که تمامی مؤلفه های مسئولیت اجتماعی بر تمامی مؤلفه های تعالی سازمانی مؤثر است. درنتیجه، مؤسسات مورد مطالعه از نظر کیفی، از سطح قابل قبولی برخوردارند.

**واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت، مدل مسئولیت اجتماعی کارول، مدل تعالی سازمانی EFQM، مؤسسات کوچک و متوسط**

**مقدمه**

اخلاقيات بدنه اصول يا استانداردهايي است که هدايت گر رفتارهاي انساني است. اخلاقيات به طور ساده آفريده بشريت نيست بلکه ناشي از ماهيت انساني است که بدنه ماهوي قانون را مي سازد و قوانين انساني تابعي از آن هستند. انحراف از چهارچوب اخلاقيات و ارتکاب قصورات اخلاقي هزينه هاي هنگفت اجتماعي، اقتصادي، سياسي و غيره را به مؤسسات و سازمان ها (خصوصا در بخش دولتي) وارد مي سازد. زماني که مديريت اصول اخلاقي بدرستي اعمال شود، ثمره آن چيزي بيش از بهبود رفتار اخلاقي است. اصول اخلاقي، ريشه و دلايل رفتارهاي غير اخلاقي را مورد توجه قرار مي دهد. از آنجایي که آنچه موجب رفتارهاي غيراخلاقي مي شود از عملکرد موثر سازماني نيز جلوگيري مي کند، در نتيجه حل مسائل اخلاقي بطور مستقيم بر عملکرد نيز تاثير گذار است (بهرامي، 1384).

يکي از گرايش هاي مهم شرکت ها در دهه هاي اخير، سرعت رشد فعاليت آن ها در حوزه مسئوليت اجتماعي شرکت ها است (کانگ، 2012)[[1]](#footnote-1). اگرچه عمدتاً بحث در مورد اخلاق اجتماعي در شرکت هاي بزرگ صورت مي گيرد اما چشم انداز ادبيات مسئوليت اجتماعي در شرکت هاي کوچک و متوسط مدت هاست که آغاز شده است. (دال فيتجار، 2011)[[2]](#footnote-2). به منظور رقابت در محيط جهاني، کسب و کارهاي داراي اقتصادهاي در حال ظهور نياز به توجه بيشتر در ارزيابي عملکرد کسب و کار خود را دارند. علاوه بر اين، براي اندازه گيري عملکرد به معنا و ارائه اطلاعات مفيد، براي مقايسه بين و درون سازماني نياز است. اين مقايسه مي تواند در ارزيابي پيشرفت دستيابي به اهداف، ارزيابي روند در عملکرد يا وزن دهي به عملکرد يک سازمان در مقابل سازمان هاي ديگر موثر باشد (واي ديا و چيتنس، 2012)[[3]](#footnote-3).

علاوه بر اين، براي صادرات محصولات به خارج از کشور، شرکت هاي کوچک و متوسط به مدرکي معتبر و يا جايزه هاي تعالي مانند مدل تعالي سازمان EFQM[[4]](#footnote-4))) براي فرآيندها و محصولاتشان نيازمندند تا به افزايش رقابت و جهاني شدن دست يابند. مدل تعالي سازمان، مدلي ساده براي اندازه گيري عملکرد و تعالي، که مي تواند در فواصل معين شرکت هاي کوچک و متوسط، عملکرد و برنامه هاي خود را در راستاي تعالي ارزيابي کنند (جاب، 2010)[[5]](#footnote-5). مدل هاي تعالي سازماني ابزاري قدرتمند در ارزيابي عملکرد سازمان ها بشمار مي آيند و بسياري سازمان ها در جهان از اين ابزارها بهره جسته اند. در اين سال ها سازمان هاي ايراني هم براي ارزيابي عملکرد خود يکي از رايج ترين اين مدل ها يعني مدل تعالي بنياد کيفيت اروپا را به کار گرفته اند (فدايي نژاد و خالقي و مهاجري، 1389).

مدل EFQM براي موفقيت سازمان ها از هر لحاظ بخش، اندازه و ساختارشان است. EFQM ابزاري خوب براي سيستم مديريت است. در اين راستا، مدل EFQM ابزاري است که مي تواند براي ساختار سيستم مديريتي سازمان به عنوان روشي براي خود ارزيابي استفاده شود (گومز، 2010)[[6]](#footnote-6) .

**مبانی نظری پژوهش**

اخلاق مفهومي است که بايد براي روشن شدن مفهوم مسئوليت اجتماعي توضيح داده شود. اخلاق به يک سري اصول و اررش هايي گفته مي شود که بر رفتار شخص يا گروه حاکم است، مبني بر اينکه درست و نادرست چيست. واژه اخلاق در لغت به معناي سرشت و سجيه است و شامل سجاياي نيکو و پسنديده مانند راستگويي و پاکدامني، يا سجاياي زشت و ناپسند مانند دروغگويي و غيره مي شود (جعفري، 1391).

حال اگر بخواهيم تعريف کلي از اخلاق بدهيم آن را مطالعه و بررسي معيارها و قواعدي مي دانيم که راهنماي عمل افراد و گروه ها در انجام امور قابل قبول است. اما زماني که اخلاق را در کسب و کار بکارببريم، يک سري شرايط بر سازمان ها بوجود مي آورد. اول اينکه سازمان ها به دنبال سود هستند. دوم آنکه بايد ميان نيازها و مصالح جامعه و خواست هاي مؤسسات مذکور نوعي توازن ايجاد کرد. در اين شرايط اخلاق مي تواند کارساز باشد. در شرايطي که يک دستگاه اخلاقي امور کسب و کار را سامان دهد و به گونه اي سازمان را اداره کند که ضمن کسب سود، به منافع اجتماعي زياني وارد نشود، مي توان گفت سازمان اخلاق بازار را رعايت کرده است. پس اخلاق کسب و کار بدين معني است که مجموعه اي از معيارها و سنت ها و قواعد، هدايت کسب و کار را به عهده گيرند(دادگر، 1385).

موضوع و مفهوم مسئوليت اجتماعي شرکت ها در چند سال اخير با توجه به رشد سازمان هاي غيردولتي، جنبش هاي اعتراضي عليه قدرت شرکت ها، افزايش آگاهي اجتماعي، توسعه بازارهاي سرمايه و شرکت هاي سهامي عام و رسوايي هاي مالي و اخلاقي شرکت هاي بزرگ تبديل به نمونه مسلط و غالب در فضاي اداره شرکت ها شده است. به اين ترتيب از حدود 20 سال پيش، شاهد طرح مفهومي با عنوان "مسئوليت پذيري اجتماعي شرکت ها" هستيم که در چارچوب آن، بسياري از انديشمندان برجسته ي حوزه ي مديريت و اقتصاد کوشيده اند تا چارچوب هايي با هدف افزايش کارآمدي برنامه هاي اجتماعي و نوع دوستانه ي سازمان ها و نيز هم راستا نمودن اين برنامه ها با استراتژي هاي کلان سازمان ها طراحي کنند(بابالولا[[7]](#footnote-7)، 2012).

از طريق مسئوليت اجتماعي، سازمان ها در کسب و کار، تاکيد مجدد بر اصول و ارزش ها، در هر دو فرآيندها و عمليات و در تعامل با ساير فعالان اجتماعي دارند. مسئوليت اجتماعي عموما داراي طبيعت داوطلبانه و اختياري مي باشد و به فعاليت هايي که بيش از انطباق با قانون است اشاره مي کند. براي رسيدن به توسعه منابع انساني پايدار زيربناهاي آن را در دانشگاه ها و مراکز آموزش

عالي جستجو کرد. يکي از مهمترين عناصر نظام آموزش عالي و دانشگاه ها برنامه هاي درسي است که نقش تعيين کننده و انکارناپذيري در تحقق اهداف و رسالت هاي آموزش عالي از نظر کمي و کيفي دارد (لاننبورگ[[8]](#footnote-8)، 2004).

بسياري از ديدگاه هاي مسئوليت اجتماعي دانشگاه ها و مراکز آموزش عالي براي توسعه منابع انساني از مؤلفه هاي اصول معاهده جهاني سازمان ملل، رهنمودهاي سازمان همکاري اقتصادي و توسعه اروپا براي شرکت هاي چند مليتي، کمسيون اتحاديه اروپا[[9]](#footnote-9) ، اصول جهاني ساليوان[[10]](#footnote-10) ، پيش نويس نهايي استاندارد ايزو 26000 و در نهايت استانداردپذيري اجتماعي که در راستاي مسئوليت اجتماعي شرکت ها تدوين يافته است استخراج شده است. به نظر مي رسد که تمام اين مؤلفه ها را در راستاي مسئوليت اجتماعي دانشگاه ها و مراکز آموزش عالي مي توان در چهار حوزه مسئوليت هاي اقتصادي، قانوني، اخلاقي و بصيرتي (يا بشردوستانه)، متمايز کرد. مسئوليت اجتماعي دانشگاه به اين واقعيت اشاره مي کند که در سيستم آموزش عالي بيشتر کشورها يک سري فعاليت ها و برنامه هاي شغلي و حرفه اي به عنوان فعاليت دانشگاهي در راستاي مسئوليت اجتماعي دانشگاه گسترش پيدا کرده است.

در مورد تعريف مسئوليت اجتماعي دانشگاه، ريزر[[11]](#footnote-11) آن را به عنوان يک خط مشي از کيفيت اخلاقي عملکرد اجتماع دانشگاهي (دانشجويان، اساتيد و کارکنان اجرايي)، مي داند که از طريق مديريت مسئول امور آموزشي، شناختي، نيروي انساني و تأثيرات محيطي ناشي از فعاليت هاي دانشگاهي، در يک گفتگوي تعاملي با جامعه براي ترويج توسعه انساني پايدار انجام مي شود (تترووا، 2010).

کارول در مطالعه اي که به عنوان "هرم مسئوليت اجتماعي بنگاه" منتشر شد، براي هر بنگاه چهار دسته مسئوليت اجتماعي قائل شده است. به تعبير ديگر، او مسئوليت اجتماعي هر بنگاه را برايند چهار مؤلفه زير مي داند:

1. نيازهاي اقتصادي
2. رعايت قوانين و مقررات عمومي
3. رعايت اخلاق کسب و کار
4. مسئوليت هاي بشر دوستانه (کارول[[12]](#footnote-12)، 1991).

مسئوليت نوع دوستانه

مسئوليت اخلاقي

مسئوليت قانوني

مسئوليت اقتصادي

مدل سلسله مراتبی

جهاني شدن، فشار بسيار زيادي را بر روي رقابت و بقاي کشورهاي در حال توسعه ايجاد کرده است. به منظور حفظ توان رقابتي، سازمان ها در کشورهاي در حال توسعه به طراحي مجدد در راستاي تعالي با استفاده از ابزارهاي خلاقيت و نوآوري نياز دارند (خان والا[[13]](#footnote-13)، 2004). مفهوم تعالي سازماني به عنوان موضوع تحقيق توسط پيترز و واترمن[[14]](#footnote-14) (1982) سرچشمه گرفته است. بيک زاده (1388) نيز تعالي را اينگونه تعريف مي کند: " تعهد سازماني به رشد و توسعه پايدار و دائمی شرکت در جهت کسب رضايت مشتري و افزايش مستمر سودآوري شرکت در يک محيط ملي فراگير و حمايت کننده". به نظر حسن زاده و رشنوادي (1387) مفاهيم تعالي در آخرين مرحله از رشد و توسعه مديريت کيفيت جامع پديدار گرديد.

بنياد اروپايي مديريت کيفيت (EFQM) در سال 1988 با هدف کمک به شرکت هاي اروپايي براي حضور در بازار رقابتي بين المللي شکل گرفت. يکي از تصميمات اين بنياد ايجاد جايزه کفيت اروپايي بود، براي مثال جايزه کيفيت ملي مالکوم بالدريج آمريکايي است.

ستون و سرچشمه اين جوايز از فلسفه مديريت کيفيت جامع گرفته شده است. هر چند، در کشورهاي مختلف متفاوت است. بر طبق نظريه تان[[15]](#footnote-15) (2002) در کشورهاي در حال توسعه به برخي مؤلفه هاي اين جوايز چون مسئوليت اجتماعي و بيشتر رهبري کمتر اهميت داده مي شود. در اروپا، بيشتر اين مدل را به تأثير اجتماعي و مديريت منابع انساني مرتبط مي کند (کانتي[[16]](#footnote-16)، 2007).

نمونه موفق مدل تعالي سازمان (EFQM) گسترش پيدا کرد و دليل اصلي اين طراحي مجدد تغيير شرايط سازمان ها بود. نمونه واضح اين انقلاب، مدل مالکوم بالدريج بود که از سيستم تأمين کيفيت به سيستم مديريت کيفيت تغيير پيدا کرد (تان، 2002). مدل تعالي سازمان EFQM به دلايل مختلفي از مدل هاي قبلي مهم تر است از قبيل: نوآوري و مديريت دانش، تأکيد بر روي

مشتري مداري و مديريت فرآيند و اهميت دادن به زمان بهبود سازمان و در کل اجراي آسان اين مدل در همه نوع سازماني از قبيل، دولتي يا خصوصي، بزرگ يا کوچک و متوسط[[17]](#footnote-17) (SMEs) و يا حتي در سازمان غيرسود آور. مدل EFQM مي تواند در هر سازماني چه از نظر بخش، اندازه و يا ساختار موفق ظاهر شود اگر سيستم مديريتي خوبي در سازمان وجود داشته باشد (گومز[[18]](#footnote-18)، 2010).

اهميت شرکت هاي کوچک و متوسط در توسعه اقتصادي، موضوعي است که در نوشته هاي اين حوزه توجه زيادي بدان شده است. تشويق کارآفريني و تسهيل در رشد سريع شرکت هاي کوچک و متوسط نوآور، از ابزارهاي اشتغال زايي، کاهش بيکاري، افزايش بهره وري و فقرزدايي محسوب مي شوند. اين شرکت ها اهميت قابل ملاحظه اي به عنوان عامل رشد اقتصادهاي جديد و توسعه اقتصاد جهاني دارند.

شرکت هاي کوچک و متوسط در بيش تر کشورها، بيش از 95 درصد شرکت ها را تشکيل مي دهند و دو سوم اشتغال را در بخش خصوصي فراهم مي کنند. شواهد نشان مي دهند که بيش از نيمي از توليد کل کشورهاي صنعتي از سوي شرکت هاي کوچک و متوسط صورت مي گيرد. شرکت هاي کوچک و متوسط، نقشي مهم در اقتصاد کشورهاي عضو "سازمان توسعه و همکاري هاي اقتصادي" ايفا مي کنند، از جمله اين که بين 60 تا 70 درصد مشاغل را در اختيار دارند. اين شرکت ها در دانمارک، فرانسه، آلمان و آمريکا ستون فقرات اقتصاد به حساب مي آيند. اکثريت قاطع شرکت ها در اين کشورها، کوچک و متوسط هستند و بيش تر نيروي انساني نيز در آن ها اشتغال دارند. اين شرکت ها بيش تر از شرکت هاي بزرگ، توليد شغل مي کنند (عليدوستي، 1389).

**پيشينه پژوهش**

در این بخش از فصل دوم، پیشینه تحقیق مطالعات داخلی و خارجی مرتبط با متغیرهای تحقیق، مورد مطالعه قرار گرفته است. براساس بررسی های محقق و با توجه به جستجوی در پایگاه های مختلف مطالعه ای به صورت دقیق در این مورد یافت نشد، در نتیجه به چند مورد از مطالعاتی که برخی از محققین در خصوص تعدادی از متغیرهای این تحقیق انجام داده اند می پردازیم.

**پيشينه داخلي**

دکتر هوشنگ تقي زاده و غلامرضا سلطاني فسقنديس (1389)، در زمينه تأثير اخلاق کسب و کار بر مسئوليت اجتماعي بنگاه تحقيقي انجام داده اند. هدف اين مقاله بررسي نقش اخلاق کسب و کار بر مسئوليت اجتماعي بنگاه از ديدگاه توليد کنندگان در صنعت قطعه سازي خوزستان خودرو استان آذربايجان شرقي است. جامعه آماري اين تحقيق 175 شرکت قطعه ساز عضو انجمن قطعه سازان خودرو تبريز مي باشد که با استفاده از فرمول تعيين حجم نمونه، تعداد 50 نفر به عنوان حجم نمونه آماري مشخص گرديده اند. براي جمع آوري داده ها از دو پرسشنامه استفاده شده است که روايي پرسشنامه ها به صورت صوري و پايايي آن ها با

استفاده از ضريب آلفاي کرونباخ و روش بازآزمايي به دست آمده است. براي آزمون فرضيه ها از تحليل رگرسيون استفاده شده است. نتيجه بررسي ها نشان مي دهد که اخلاق کسب و کار بر مسئوليت اجتماعي بنگاه تأثير دارد. بنابراين پيشنهاد مي شود که جهت ارتقاي مسئوليت اجتماعي بنگاه ها، اخلاق کسب و کار در سازمان ها تقويت گردد.

سعيد مرتضوي (1389)، به بررسي نقش تعديل متغير اهميت مسئوليت اجتماعي بر رابطه بين مسئوليت اجتماعي و تعهد سازماني؛ نمونه مورد مطالعه: شرکت هاي صنايع غذايي شهر مشهد پرداخته است. در اين مقاله به تبيين نقش تعديل گري اين متغير در ابعاد چهارگانه مسئوليت اجتماعي پرداخته است. در اين راستا، صنعت مواد غذايي به عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب گرديد که با مشارکت 105 عضو در قالب آماري و استفاده از پرسش نامه جهت جمع آوري داده ها انجام پذيرفت. پردازش حاصل از داده ها با استفاده از مدل رگرسيون سلسله مراتبي حاکي از آن است که نقش تعديل گري متغير مورد مطالعه بر رابطه بين ابعاد چهارگانه مسئوليت اجتماعي (کارکنان، مشتريان، دولت و ذينفعان اجتماعي و غيراجتماعي) مورد تأييد است، اين يافته بدان معناست که تأکيد بر اهميت مسئوليت اجتماعي و رعايت آن از سوي سازمان ها مي تواند از کارکردي مثبت بر عملکرد سازمان ها برخوردار باشد به نحوي که به طور معناداري تعهد سازماني کارکنان را تحت تأثير خود قرار مي دهد.

ابراهيم صالحي عمران و ديگران (1390)، به بررسي اهميت شاخص هاي مسئوليت اجتماعي شرکت ها در مراکز صنعتي و دانشگاه ها پرداختند. در اين پژوهش هدف، بررسي ميزان توجه به شاخص هاي مسئوليت اجتماعي شرکت ها در مراکز صنعتي و دانشگاه ها است. در اين راستا نظرات مديران و کارکنان شرکت ها و همچنين اعضاي هيات علمي و دانشجويان دکتري دانشگاه صنعتي نوشيرواني بابل مورد مطالعه و بررسي قرار گرفت. روش اين پژوهش توصيفي-پيمايشي با استفاده از ابزارهاي پرسشنامه و مصاحبه بوده و جامعه آماري آن تمامي مديران و کارکنان شرکت پارس خودرو تهران و هفت شرکت استان گلستان و هم چنين اعضاي هيات علمي و دانشجويان دکتري دانشگاه صنعتي نوشيرواني بابل بوده اند. نتايج اين تحقيق نشان داد که در توجه به شاخص هاي آگاهي از برنامه هاي آموزشي و جامعه، دانشگاه توانسته است که به احساس نياز بخش هاي صنعتي بطور مطلوبي پاسخ دهد. اما در توجه به شاخص هاي آگاهي از مفاهيم حفاظت محيط زيست، آگاهي از شرايط کاري مناسب براساس قوانين ملي و استانداردهاي جهاني و آگاهي از عدم تبعيض در فرآيندها و توجه به گروه هاي آسيب پذير، دانشگاه نتوانسته است به احساس نياز بخش هاي صنعتي در ارتباط با اين شاخص ها به طور مطلوبي پاسخ بدهد.

**پيشينه خارجي**

رادني مک ادام[[19]](#footnote-19) (2003)، به تاثير مدل هاي تعالي در اجراي مسئوليت اجتماعي پرداخته است. تجزيه و تحليل سازمان هاي مورد بررسي نشان مي دهد که مدل مسئوليت اجتماعي و مدل ترکيب شده مسئوليت اجتماعي و روش شناسي مديريت کيفيت جامع، نگرش مسئوليت اجتماعي و مديريت کيفيت جامع را قادر مي سازد که در دوره هايي نقطه نظرات اخلاقيات مشروع، فرآيند مبتني بر مسئوليت اجتماعي و مديريت ذی نفعان و خروجي ها را مورد ارزيابي قرار دهد. نتايج نشان مي دهد که ايجاد تعادل در هر دو

جنبه مسئوليت اجتماعي مثلاً اخلاقي و کسب و کار بدون به خطر انداختن روابط مثبت سازمان با ذی نفعان اصلي سازمان امکان پذير است.

ژاي تانگ[[20]](#footnote-20) (2010)، نيز تحقيقي درباره قدرت متفاوت ذی نفعان شرکت، گرايش مسئوليت اجتماعي ذی نفعان و عملکرد محيطي شرکت هاي کوچک و متوسط در چين انجام داده است. هدف از اين مقاله اين است که ميان قدرت ذی نفعان شرکت و عملکرد محيطي شرکت ها و گرايش مسئوليت اجتماعي ذی نفعان تفاوت قائل شده و ميان آنها تعادل ايجاد کنيم. در اين تحقيق 144 شرکت کوچک و متوسط مورد بررسي قرار گرفت و نتيجه اين شد که دولت ها، رقبا و قدرت رسانه اي شرکت بر روي عملکرد محيطي شرکت مؤثر است. علاوه بر اين، گرايش مسئوليت اجتماعي شرکت ها و دولت ها رابطه ي متعادلي را ميان قدرت ذی نفعان شرکت و عملکرد محيطي شرکت ايجاد مي کند. نتايج بدست آمده از تحقيق به صورت زير است. 1- شرکت هاي کوچک و متوسط توانايي مقابله با ذی نفعان را در اوضاع کنوني چين ندارند. 2- توجه به شبکه قدرت متفاوت ميان ذی نفعان و شرکت هاي کوچک و متوسط زماني که عملکرد محيطي اين شرکت ها مورد آزمايش قرار مي گيرد، مهم است. 3- برطبق مطالعات گذشته، به طور کلي ذی نفعان خارجي ترجيح مي دهند که شرکت ها به حفاظت از محيط متعهد باشند، اما در ميان گروه ذی نفعان چيني درجه اهميت دادن به تعهد شرکت ها در قبال اجراي مسئوليت اجتماعي متفاوت است. 4- گرايش ذی نفعان به مسئوليت اجتماعي، رابطه ي ميان تفاوت قدرت ذی نفعان شرکت و عملکرد محيطي را تعديل مي بخشد.

مارسلو کوپا[[21]](#footnote-21) (2012)، در مورد مسئوليت اجتماعي در شرکت هاي کوچک و متوسط ايتاليايي تحقيقاتي انجام داده است که بيان مي کند، اين شرکت ها مسئوليت اجتماعي را به عنوان وظيفه ي استراتژيکي خود مي دانند و ذی نفعان اصلي شرکت وظايف مسئوليت اجتماعي خود را از ديگر وظايف جدا کرده و متعهد به انجام آن هستند. داده هاي اين تحقيق از سه منبع جمع آوري شده است: بررسي مديران ارشد 105 شرکت کوچک و متوسط به عنوان نمونه، مصاحبه کيفي مالکان 5 شرکت و مصاحبه با رهبرانشان. سازمان هاي مورد تحقيق، مسئوليت اجتماعي شرکت را از طريق روش هاي غيررسمي، داخلي و رابطه اي با هر نوع نگرش مديريتي و استراتژيکي به اجرا درمي آورند. در سازمان هاي مورد تحقيق، کارکنان به عنوان مهمترين ذي نفعان اجراي مسئوليت اجتماعي شناخته شدند در صورتي که مشتريان، تامين کنندگان و شرکا کسب و کار به دنبال آن مشاهده شدند. نهايتاً نتيجه تحقيق اين شد که ايفا کنندگان اصلي نقش مسئوليت اجتماعي در ايتاليا شبکه هاي کسب و کار، دولت، انجمن هاي کسب و کار و سازمان هاي اجماع سازي مانند نهادهاي مذهبي و سياسي همچون اتحاديه ها، شناخته شدند. ما مي توانيم تاثير فرهنگ ايتاليايي را بر روي ادراک و فعاليت هاي مسئوليت اجتماعي در شرکت هاي کوچک و متوسط ايتاليايي را از يکديگر تفاوت قائل شويم.

**روش پژوهش**

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط است. این تحقیق از نوع هدف، کاربردي و از نظر ماهيت توصيفي – پيمايشي مي باشد. جامعه آماري این تحقیق شامل رؤسا و مدیران ارشد و کارکنان مراکز آموزش عالي غيرانتفاعي شهر مشهد است که شامل 20 مؤسسه آموزش عالي غیرانتفاعی مي باشند که 6 مؤسسه به صورت تصادفی انتخاب شده است که جمعاً 323 نفر از مديران ارشد (رؤساي مراکز و معاونين آن ها) و کارکنان اين مراکز را شامل مي شود. جامعه آماري تحقیق حاضر، شامل مديران ارشد 12 نفر، کارکنان آموزشي 62 نفر، کارکنان غيرآموزشي 102 نفر و اعضاي هيات علمي 147 نفر مي باشد. روش نمونه گيري به صورت نمونه گيري خوشه اي تصادفي مي باشد که هر مؤسسه به عنوان يک خوشه تلقي مي شود. از طريق سرشماري، کليه مديران ارشد (رؤساي مراکز و معاونين آن ها) مراکز آموزش عالي غيرانتفاعي در مطالعه شرکت داشتند. هم چنين تعداد 19 نفر از کارکنان آموزشي، 31 نفر غير آموزشي و 45 نفر عضو هيأت علمي متناسب با حجم هر خوشه انتخاب شده است. ابزار جمع آوري تحقيق آورده شده که از پرسشنامه در اين تحقيق استفاده شده است. سپس نحوه آزمایش مقدماتي پرسشنامه بيان شده که پس از سنجش روايي آن توسط خبرگان و اساتيد دانشگاه و استاد راهنما و مشاور، تعداد 30 عدد پرسشنامه براي آزمایش مقدماتي تکميل شده و پايايي آن با استفاده از آزمون کرونباخ محاسبه گرديد ميان سؤالات 97% همبستگي وجود دارد، که بيانگر پايايي بالاي اين ابزار مي باشد.

**تجزیه و تحلیل داده ها**

داده های تحقیق براساس چهار سؤال تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است که به صورت زیر طراحی شده است:

1. آگاهی و ادراک از مسئولیت پذیری اجتماعی مؤسسات کوچک و متوسط چگونه است؟
2. آیا مسئولیت پذیری اجتماعی براساس نظریه کارول بر تعالی مؤسسات کوچک و متوسط مؤثر است؟
3. مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس مدل تعالی سازمانی در مؤسسات کوچک و متوسط چگونه است؟
4. ابعاد تعالي سازماني چه رابطه ای با عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط دارند؟

**اولین سؤال تحقیق:** **آگاهی و درک از مسئولیت پذیری اجتماعی مؤسسات کوچک و متوسط چگونه است؟**

در توزيع ميانگين ميزان مسئوليت پذيري مؤسسات کوچک و متوسط، نمره کل ميزان مسئوليت پذيري مؤسسات آموزش عالي غيرانتفاعي مورد مطالعه اندازه گيري شده که ميانگين آن 81/78 به دست آمده است و اين نشان دهنده ی این است که مؤسسات مورد مطالعه از آگاهی و درک بالایی برخوردارند.

**جدول 1: توزيع ميانگين ميزان مسئوليت پذيري در مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مي‌نيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| مسئوليت پذيري | 61/01 | 93/24 | 78/81 | 6/76 |

**دومین سؤال تحقیق:** **آیا مسئولیت پذیری اجتماعی براساس نظریه کارول بر تعالی مؤسسات کوچک و متوسط مؤثر است؟**

همان طور که در جدول 2 نشان داده شده است، ميانگين مسئوليت اقتصادي با 23/80 امتياز، بالاترين امتياز و مسئوليت بشردوستانه با 30/73 امتياز، کمترين امتياز را نسبت به ديگر مؤلفه های مسئولیت اجتماعی به خود اختصاص داده اند و این نشان دهنده اولویت قرار دادن مسئولیت اقتصادی از دیدگاه پاسخ دهندگان است.

**جدول2:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی رهبري مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مي‌نيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| اثر مسئوليت بشردوستانه بر رهبري | 20 | 97/14 | 73/30 | 14/83 |
| اثر مسئوليت اخلاقي بر رهبري | 20 | 100 | 75/42 | 14/57 |
| اثر مسئوليت اقتصادي بر رهبري | 45 | 100 | 80/23 | 12/59 |
| اثر مسئوليت قانوني بر رهبري | 30 | 100 | 77/80 | 13/19 |

همان طور که در جدول شماره 3 بیان شده است، تأثير مسئوليت اخلاقي بر کارکنان با 89/84 امتياز، از درجه اهميت بالاتري نسبت به ديگر مؤلفه های مسئولیت اجتماعی برخوردار است و پاسخ دهندگان به مسئولیت اخلاقی امتياز بالاتري را اختصاص داده اند.

**جدول3:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی کارکنان مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **می‌نیمم** | **ماکزیمم** | **میانگین** | **انحراف معیار** |
| اثر مسئولیت بشردوستانه بر کارکنان | 44/23 | 98/17 | 80/49 | 12/10 |
| اثر مسئولیت اخلاقی بر کارکنان | 56/67 | 100 | 84/89 | 10/57 |
| اثر مسئولیت قانونی بر کارکنان | 43/33 | 100 | 79/09 | 10/13 |
| اثر مسئولیت اقتصادی بر کارکنان | 46/67 | 100 | 77/10 | 11/65 |

همان طور که در جدول شماره 4 بیان شده است، مسئوليت اخلاقي با ميانگين 71/77 امتیار، بالاترين امتياز را نسبت به ديگر مؤلفه های مسئولیت اجتماعی بدست آورده است که اين نشان دهنده اهميت بالاي مسئولیت اخلاقی نسبت به ديگر مؤلفه هاي بشردوستانه، قانوني و اقتصادي است و از نظر پاسخ دهندگان، تأثير مسئوليت اخلاقي بر سياست ها و استراتژي هاي مؤسسه نسبت به ديگر مؤلفه های مسئولیت اجتماعی، بيشتر است.

**جدول4:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی سیاست ها و استراتژی های مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مي‌نيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| اثر مسئوليت اخلاقي بر سياست‌ها و استراتژي ها | 55 | 100 | 77/71 | 11/64 |
| اثر مسئوليت بشردوستانه بر سياست ها و استراتژي ها | 40 | 100 | 72/52 | 13/73 |
| اثر مسئوليت قانوني بر سياست ها و استراتژي ها | 40 | 100 | 78/93 | 13/84 |
| اثر مسئوليت اقتصادي بر سياست ها و استراتژي ها | 45 | 100 | 82/19 | 12/63 |

همان طور که در جدول شماره 5 بیان شده است، مسئوليت قانوني با 53/73 امتياز، امتياز پایین تری را نسبت به دیگر مسئوليت های اجتماعی بدست آورده و از نظر پاسخ دهندگان، مسئولیت اقتصادی با 84/85 امتیاز از اهميت بيشتري نسبت به دیگر مسئولیت های اجتماعی برخوردار است.

**جدول5:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی شرکاء و منابع مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **می‌نیمم** | **ماکزیمم** | **میانگین** | **انحراف معیار** |
| اثر مسئولیت اخلاقی بر شرکاء و منابع | 55 | 100 | 80/09 | 14/23 |
| اثر مسئولیت بشردوستانه بر شرکاء و منابع | 40 | 100 | 78/41 | 12/44 |
| اثر مسئولیت قانونی بر شرکاء و منابع | 44 | 100 | 73/53 | 12/49 |
| اثر مسئولیت اقتصادی بر شرکاء و منابع | 40 | 100 | 84/85 | 13/14 |

همان طور که در جدول شماره 6 بیان شده است، تقريباً تمامي مؤلفه های مسئولیت اجتماعی ازاهميت به سزايي برخوردارند، اما مسئوليت قانونی با ميانگين 93/83، بالاترين امتياز را به خود اختصاص داده که اين نشان دهنده اولویت قرار دادن مسئولیت قانونی نسبت به دیگر مؤلفه های مسئولیت اجتماعی از نظر پاسخ دهندگان است.

**جدول6:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی فرآیندهای مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **می‌نیمم** | **ماکزیمم** | **میانگین** | **انحراف معیار** |
| اثر مسئولیت بشردوستانه بر فرآیندها | 50 | 100 | 80/75 | 12/12 |
| اثر مسئولیت اخلاقی بر فرآیندها | 65 | 100 | 81/62 | 11/76 |
| اثر مسئولیت قانونی بر فرآیندها | 60 | 100 | 83/93 | 9/88 |
| اثر مسئولیت اقتصادی بر فرآیندها | 48 | 100 | 82/11 | 14/28 |

همان طور که در جدول شماره 7 بیان شده، مسئوليت اقتصادي با 25/79 امتياز، بالاترين امتياز را به خود اختصاص داده است که اين نشان دهنده اهميت بالا و تأثير بالاي مسئولیت اقتصادی نسبت به ديگر مؤلفه هاي مسئولیت اجتماعی بر تعالی مؤسسات

آموزش عالی غیرانتفاعی مورد مطالعه است. مسئوليت بشردوستانه نیز با 75/73 امتياز، کمترين اهميت را در ميان ديگر مؤلفه هاي مسئوليت اجتماعي دارد.

**جدول7:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی نتایج عملکرد کارکنان مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مي‌نيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| اثر مسئوليت اخلاقي بر نتايج حاصل از عملکرد کارکنان | 55 | 100 | 78/83 | 11/74 |
| اثر مسئوليت بشردوستانه بر نتايج حاصل از عملکرد کارکنان | 40 | 100 | 73/75 | 14/52 |
| اثر مسئوليت قانوني بر نتايج حاصل از عملکرد کارکنان | 35 | 100 | 76/21 | 14/39 |
| اثر مسئوليت اقتصادي بر نتايج حاصل از عملکرد کارکنان | 40 | 100 | 79/25 | 14/23 |

تقریباً تمامی مؤلفه های مسئولیت اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردارند و میانگین های بدست آمده از نزدیکی نتایج به یکدیگر حاکی است. اما در این میان، میانگین مسئولیت اقتصادی از دیگر مسئولیت های اجتماعی پایین تر است و این نشان دهنده ی اهمیت پایین این مسئولیت اجتماعی از دید پاسخ دهندگان به سؤالات بوده است. همان طور که در جدول شماره 8 بیان شده، مسئوليت قانوني با ميانگين 52/82، بالاترين امتياز و مسئوليت اقتصادي با ميانگين 18/78، پايين ترين امتياز را به خود اختصاص داده اند که اين نشان دهنده اهميت بالا و تأثير بالاي مسئوليت قانوني بر تعالي مؤسسات آموزش عالي غيرانتفاعي مورد مطالعه است و مسئوليت اقتصادي نيز کمترين اهميت و تاثير را نسبت به ديگر مؤلفه هاي مسئوليت اجتماعي دارد.

**جدول8:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی نتایج عملکرد دانشجویان مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مي‌نيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| اثر مسئوليت اخلاقي بر نتايج حاصل از عملکرد دانشجويان | 36 | 100 | 81/98 | 12/44 |
| اثر مسئوليت بشردوستانه بر نتايج حاصل از عملکرد دانشجويان | 30 | 100 | 82/06 | 13/30 |
| اثر مسئوليت قانوني بر نتايج حاصل از عملکرد دانشجويان | 30 | 100 | 82/52 | 15/64 |
| اثر مسئوليت اقتصادي بر نتايج حاصل از عملکرد دانشجويان | 40 | 100 | 78/18 | 16/30 |

همان طور که در جدول شماره 9 بیان شده، مسئوليت اخلاقي با ميانگين 18/81، بالاترين امتياز و مسئوليت اقتصادي با 15/73، کمترين امتياز را به خود اختصاص داده اند که اين نشان دهنده تأثير و اهميت بيشتر مسئوليت اخلاقي و تأثير و اهميت کمتر مسئوليت اقتصادي نسبت به ديگر مؤلفه هاي مسئوليت اجتماعي است.

**جدول9:** **توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی نتایج عملکرد جامعه مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مينيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| مسئوليت اخلاقي بر نتايج حاصل از عملکرد جامعه | 20 | 100 | 81/18 | 17/05 |
| مسئوليت بشردوستانه بر نتايج حاصل از عملکرد جامعه | 30 | 100 | 80/89 | 12/59 |
| مسئوليت قانوني بر نتايج حاصل از عملکرد جامعه | 30 | 100 | 78/17 | 12/50 |
| مسئوليت اقتصادي بر نتايج حاصل از عملکرد جامعه | 20 | 100 | 73/15 | 17/41 |

همان طور که در جدول شماره 10 بیان شده است، مسئوليت اقتصادي با ميانگين 42/85، بيشترين امتياز و مسئوليت قانوني با ميانگين 10/77، کمترين امتياز را به خود اختصاص داده، که اين نشان دهنده بيشترين تأثير و اهميت مسئوليت قانوني بر نتايج حاصل از عملکرد کليدي مؤسسه و کمترين تأثير و اهميت مسئوليت قانوني بر نتايج حاصل از عملکرد کليدي مؤسسه است.

**جدول10: توزيع ميانگين ميزان مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعالی نتایج عملکردهای کلیدی مؤسسات کوچک و متوسط**

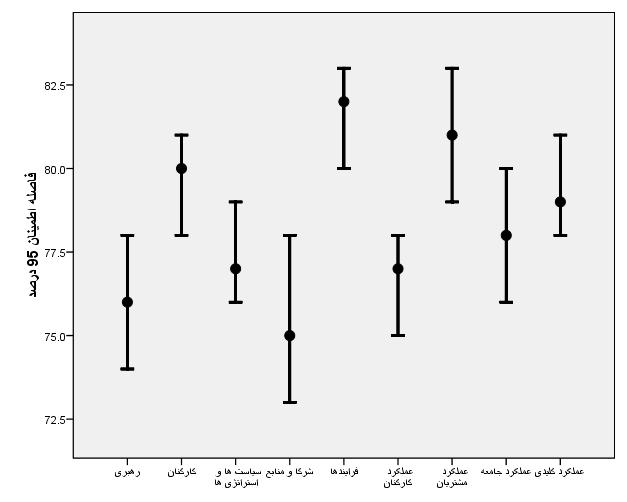
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مي‌نيمم** | **ماکزيمم** | **ميانگين** | **انحراف معيار** |
| اثر مسئوليت اخلاقي بر نتايج حاصل عملکرد کليدي مؤسسه | 35 | 100 | 79/67 | 12/25 |
| اثر مسئوليت بشردوستانه بر نتايج حاصل از عملکرد کليدي مؤسسه | 40 | 100 | 77/32 | 14/36 |
| اثر مسئوليت قانوني بر نتايج حاصل از عملکرد کليدي مؤسسه | 30 | 100 | 77/10 | 13/17 |
| اثر مسئوليت اقتصادي بر نتايج حاصل از عملکرد کليدي مؤسسه | 40 | 100 | 85/42 | 12/46 |

**سومین سؤال تحقیق:** مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس مدل تعالی سازمانی در مؤسسات کوچک و متوسط چگونه است؟

در مدل تعالی سازمانی مورد بررسی، با توجه به بالا بودن امتیازات به دست آمده در 9 مؤلفه تعالی سازمانی، می توان نتیجه گرفت که میزان مسئولیت پذیری در مؤسسات کوچک و متوسط خوب برآورد شده است و مسئولیت پذیری بر اساس این مدل در سطح مناسبی نشان داده شده است. هم چنین کمترین میزان مسئولیت پذیری مربوط به معیار شرکاء و منابع با میانگین 93/75 و بیشترین میزان مربوط به معیار فرآیندها بدست آمده است.

**جدول11:** **توزیع میانگین مسئولیت پذیری بر اساس مدل تعالی سازمانی در مؤسسات کوچک و متوسط**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **می‌نیمم** | **ماکزیمم** | **میانگین** | **انحراف معیار** |
| معیار استراتژی رهبری | 40 | 61/96 | 68/76 | 52/10 |
| معیار استراتژی کارکنان | 67/66 | 22/92 | 36/80 | 48/7 | |
| معیار سیاست‌ها و استراتژی های مؤسسه | 60 | 95 | 84/77 | 16/8 | |
| معیار شرکاء و منابع مؤسسه | 56 | 100 | 93/75 | 84/10 | |
| معیار فرایندها | 64 | 100 | 26/82 | 01/9 | |
| معیار نتایج حاصل از عملکرد کارکنان | 25/50 | 100 | 01/77 | 03/10 | |
| معیار نتایج حاصل از عملکرد مشتریان | 75/44 | 100 | 18/81 | 87/9 | |
| معیار نتایج حاصل از عملکرد جامعه | 35 | 08/97 | 35/78 | 92/10 | |
| معیار نتایج حاصل عملکرد کلیدی مؤسسه | 25/36 | 95 | 88/79 | 95/8 | |



نمودار4-1: نمودار میله ای خطا برای مؤلفه‌های تعالی در مؤسسات کوچک و متوسط

در نمودار یک میانگین مؤلفه‌های تعالی به همراه فاصله اطمینان در یک گراف نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود بالاترین میانگین مربوط به مؤلفه فرآیندها و عملکرد مشتریان و پایین ترین میانگین مربوط به شرکا و منابع و رهبری می‌باشد.

4-3- تجزيه و تحليل داده هاي آمار استنباطي

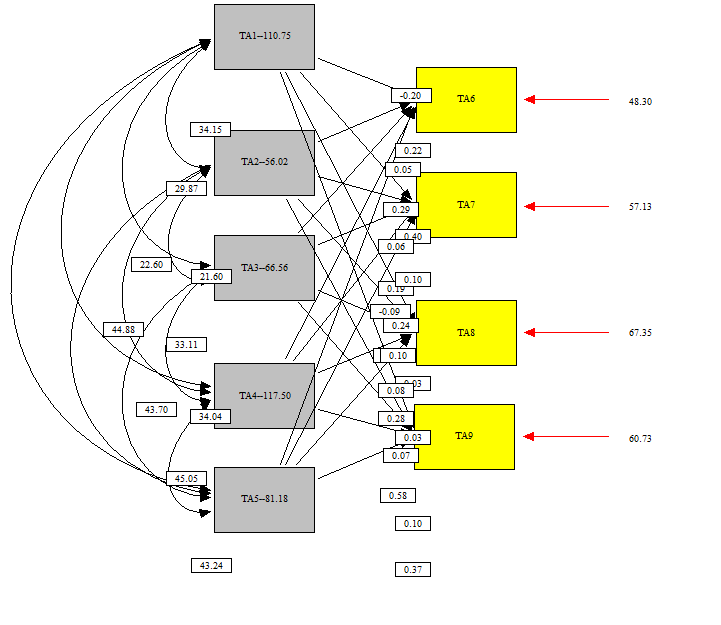
**چهارمین سؤال تحقیق:** ابعاد تعالي سازماني چه تعاملي با عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط دارند؟

در این مرحله یک الگو یا مدل بر اساس ترجمان یک نظریه به معادلات ساختاري یا ریاضی تهیه می‌شود. بدین معنی که ابتدا یک نمودار مسیر را ترسیم کرده و سپس روابط علی بین متغیرها را نشان می‌دهیم. برای این کار ابتدا لازم است برای 9 مؤلفه ی مدل تعالی، ضرایب همبستگی را به دست آورده و مشخص شود که مؤلفه ها با یکدیگر همبسته هستند.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **معیارهای 9 گانه مدل تعالی سازمانی EFQM** | **معیار استراتژی رهبری** | **معیار استراتژی کارکنان** | **معیار سیاست‌ها و استراتژی ها** | **معیار شرکاء و منابع** | **معیار فرایندها** | **معیار نتایج حاصل از عملکرد کارکنان** | **معیار نتایج حاصل از عملکرد مشتریان** | **معیار نتایج حاصل از عملکرد جامعه** | **معیار نتایج حاصل عملکرد کلیدی** |
| **معیار استراتژی رهبری** | 1 | 43/0 | 35/0 | 19/0 | 47/0 | 17/0 | 25/0 | 37/0 | 15/0 |
| **معیار استراتژی کارکنان** | 43/0 | 1 | 35/0 | 41/0 | 65/0 | 49/0 | 57/0 | 52/0 | 34/0 |
| **معیار سیاست‌ها و استراتژی ها** | 35/0 | 35/0 | 1 | 38/0 | 61/0 | 54/0 | 41/0 | 41/0 | 33/0 |
| **معیار شرکاء و منابع** | 19/0 | 41/0 | 38/0 | 1 | 44/0 | 49/0 | 39/0 | 33/0 | 32/0 |
| **معیار فرایندها** | 47/0 | 65/0 | 61/0 | 44/0 | 1 | 63/0 | 58/0 | 64/0 | 46/0 |
| **معیار نتایج حاصل از عملکرد کارکنان** | 17/0 | 49/0 | 54/0 | 49/0 | 63/0 | 1 | 57/0 | 54/0 | 52/0 |
| **معیار نتایج حاصل از عملکرد مشتریان** | 35/0 | 57/0 | 41/0 | 39/0 | 58/0 | 57/0 | 1 | 71/0 | 52/0 |
| **معیار نتایج حاصل از عملکرد جامعه** | 37/0 | 52/0 | 41/0 | 33/0 | 64/0 | 55/0 | 71/0 | 1 | 63/0 |
| **معیار نتایج حاصل عملکرد کلیدی** | 15/0 | 34/0 | 33/0 | 32/0 | 46/0 | 52/0 | 52/0 | 63/0 | 1 |

جدول4-12: ضریب همبستگی بین مولفه های تعالی سازمانی

با توجه به این که مقادیر ضریب همبستگی در 9 مؤلفه مناسب است لذا می توان نمودار مدل مورد بررسی را رسم نموده که به صورت ذیل است:



نمودار4-2: نمودار تحلیل مسیر مدل تعالی سازمانی برای بررسی عملکرد و میزان مسئولیت پذیری

آزمون‌هاي برازش مدل به این سؤال پاسخ می‌دهند که مدل مورد نظر چقدر خوب است و توانایی برازنده شدن به داده‌هاي پژوهش را داراست که به این آزمون‌ها، آزمونهاي نیکویی برازش گفته می‌شود که بر آزمون کاي اسکوئر مبتنی هستند. شاخص‌های استفاده شده در این مدل خطای مجموع مجذورات میانگین (RMSEA[[22]](#footnote-22)) و شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI[[23]](#footnote-23)) استفاده شده است.

جدول4-13: آزمون‌های نیکویی برازش برای بررسی مناسبت مدل ارائه شده

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | مقدار آماره | تعیین شاخص |
| **آزمون کی-اسکور** | 91/77 | معناداری مدل را مناسب نشان می دهد |
| **RMSEA** | 098/0 | کمتر از 1/0 مدل را مناسب نشان می دهد |
| **CFI** | 94/0 | بزرگتر از 9/0 مدل را مناسب نشان می دهد |

با توجه به شاخص های مشاهده شده، می توان گفت که مدل ارائه شده مدل مناسبی است و بنابراین عملکرد مؤسسه و مسئولیت پذیری با یکدیگر رابطه دارند.

**نتیجه گیری**

با استفاده از نتايج به دست آمده در مطالعه حاضر مشخص شد که در اولین سؤال تحقیق مسئولیت پذیری مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی مورد مطالعه خوب برآورد شد که نشان دهنده ی اهمیت دادن مؤسسات مورد مطالعه به مسئله ی پرداختن به مسئولیت اجتماعی با رویکرد تعالی است. در دومین سؤال تحقیق نتیجه این شد که تمامی مؤلفه های مسئولیت پذیری اجتماعی بر تمامی مؤلفه های تعالی سازمانی مؤثر بوده و با یکدیگر رابطه دارند. بنابراین، مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی می توانند از مسئولیت اجتماعی برای رسیدن به تعالی استفاده نمایند. در سومین سؤال تحقیق به این نتیجه رسیدیم که مدل تعالی سازمانی EFQM، مدل مناسبی برای سنجش عملکرد مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی با رویکرد مسئولانه است. بنابراین، مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی نیز می توانند از این مدل برای ارتقای کیفیت آموزشی خود و برای رسیدن به تعالی با رویکرد مسئولانه استفاده نمایند. در چهارمین سؤال تحقیق به بررسی مدل محقق ساخته پرداختیم و به این نتیجه رسیدیم که مدل ارائه شده، مدل مناسبی برای استفاده در مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی است. پیشنهاد می شود که مؤسسات آموزش عالی از مدل ارائه شده استفاده نمایند، چرا که می توانند به تعالی در سطوح مختلف سازمان دست یابند و در نهایت با دیدی مسئولانه به تعالی برسند. این مدل تأکید می کند، اگر مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی نگاه مسئولانه را نداشته باشند و تنها در یک بعد کیفیت تمرکز کنند به مرور زمان محیط باز سازمان ها، کارایی اقتصادی را از محیط خود گرفته و شکست را برای سازمان در پی خواهد داشت. لذا مدل محقق ساخته، توسعه پایدار را تصویر می کشد و سازمان را در محیط رقابتی جهانی، متعالی خواهد نمود.

در ادامه پیشنهاد می شود که مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برای کارایی و اثربخشی مسئولیت اجتماعی در جهت ارتقای کیفیت مؤسسات آموزش عالی به موارد ذیل عمل نمایند:

* آموزش و آگاهی دادن به مدیران و کارکنان مؤسسات آموزش عالی در حوزه مسئولیت اجتماعی.
* آموزش به مدیران مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در مورد چگونگی ارتقای کیفیت آموزشی مؤسسات.
* ارزیابی سالانه مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برای سنجش میزان کیفیت آموزشی.
* استفاده از مدل های جدیدتر برای شناسایی زوایای ارزیابی نشده مؤثر در مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی.

درنهایت، مدل تحقیق به شکل زیر ارائه شد.

شکل 5-1: مدل مفهومی تحقیق (محقق ساخته)

**منابع**

1. بهرامي، حميدرضا؛ (1384)، اخلاقيات و نقش و جايگاه آن در تعالي سازمان، ششمين کنفرانس بين المللي مديران کيفيت.
2. بيک زاده، جعفر؛ علي زاده، جبرائيل؛ (1388)، ارزيابي عملکرد با استفاده از مدل تعالي سازماني EFQM، ماهنامه اجتماعي ، اقتصادي، علمي، فرهنگي، شماره 112.
3. حسن زاده، حميدرضا؛ رشنوادي، يعقوب؛ (1387)، مدل هاي تعالي سازماني از نظريه تا عمل، سازمان فرهنگي هنري شهرداري تهران، نشر شهر.
4. جعفري، هادي؛ ،(1391)، نقش اخلاق در توسعه اقتصادي، پايان نامه کارشناسي ارشد، دانشکده علوم اقتصاد دانشگاه فردوسي مشهد.
5. عليدوستي، سيروس؛ (1389)، عامل موثر بر توسعه فناوري اطلاعات و تجارت الکترونيکي در شرکت هاي کوچک و متوسط، فصلنامه علمي پژوهشي، پژوهشگاه علوم و فناوري اطلاعات ايران، دوره 25، شماره 3، ص 529-548.
6. فدايي، نژاد اسماعيل؛ (1389)، مقايسه تعالي عملکرد سازمان هاي کوچک و بزرگ با رويکرد EFQM، چشم انداز مديريت دولتي، شماره 3، ص 119 تا 133.
7. دادگر، يدالله؛ (1385)، اخلاق بازرگاني (و کسب و کار) از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامي، پژوهشنامه بازرگاني، شماره 38، ص 94-100.
8. Babalola, Y. )2012(, The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms’ Profitability in Nigeria, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences - Issue 45, 1450-2275.
9. Carroll A, )1991(, The Pyramid of Corporate social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July- August.
10. Conti, T. )2007(, A history and review of the European Quality Award model, The TQM Magazine, Vol. 19, pp. 112-28.
11. Lanenburg F, )2004(, Educational Administration,Concepts and Practices, Wadsworth Publishing Compaining.
12. Dahl Fitjar. R, )2011(, little big firms? Corporate social responsibility in small bussiness that do not compete big ones, journal of bussiness ethics, 20.
13. Gomez. J, )2010(, A critical evaloation of the EFQM model, 28, pp: 484-502.
14. Job.P, )2010(, measuring organizational performance an organizational exellence of SMEs – part 1: a conceptual framework, journal of measuring besiness exellence, 14, pp: 3-11.
15. Khandwalla, P.N. and Mehta, K. (2004), ‘Design of corporate creativity, Vikalpa, Vol. 29 No. 1, pp. 13-28.
16. Kong. D, )2012(, Does corporate social responsibility matter in the food industry? Evidence from a nature experiment in china, journal of food policy, 34, pp: 323-334.
17. Tan, K.C. (2002), A comparative study of 16 national quality awards, The TQM Magazine, Vol. 14, pp. 165-71.
18. Tetrevova L, )2010(, University Stakeholder Management and University Social Responsibility, WSEAS TRANSACTIONS on ADVANCES in ENGINEERING EDUCATION, Issue 7, Vol 7.
19. Vaidyar. O, )2012(, performance evaluation in india corporate organization: A survey, journal of social and behavior science, 34, pp: 38-45.

1. Kong [↑](#footnote-ref-1)
2. Dahl Fitjar [↑](#footnote-ref-2)
3. Vaidya and Chitnis [↑](#footnote-ref-3)
4. European Foundation for Quality Management [↑](#footnote-ref-4)
5. Job [↑](#footnote-ref-5)
6. Gomez [↑](#footnote-ref-6)
7. Babalola [↑](#footnote-ref-7)
8. Lanenburg [↑](#footnote-ref-8)
9. European Commission [↑](#footnote-ref-9)
10. Sullivan [↑](#footnote-ref-10)
11. Reiser [↑](#footnote-ref-11)
12. Carroll [↑](#footnote-ref-12)
13. Khandwalla [↑](#footnote-ref-13)
14. Peters and Waterman [↑](#footnote-ref-14)
15. Tan [↑](#footnote-ref-15)
16. Conti [↑](#footnote-ref-16)
17. Small and Medium Enterprises [↑](#footnote-ref-17)
18. Gomez [↑](#footnote-ref-18)
19. Rodney McAdam [↑](#footnote-ref-19)
20. Zhi Tang [↑](#footnote-ref-20)
21. Marcello Coppa [↑](#footnote-ref-21)
22. Root Mean Square Error of Approximation [↑](#footnote-ref-22)
23. Comparative Fit Index [↑](#footnote-ref-23)