

ارتقای مدل مسوولیت اجتماعی برای آموزش در سازمان تأمین اجتماعی

داریوش بداغی^{۱*}، علیرضا اسلامبولچی^۲، محمدرضا ربیعی مندجین^۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۹/۹ صص ۳۵۸-۳۳۹ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۲۳

چکیده

مسوولیت اجتماعی به عنوان یکی از عناصر مهم وجودی سازمان شناخته شده است. به طوری که امروزه مسوولیت اجتماعی، موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال های اخیر بوده است. به نحوی که رعایت آن توسط سازمان ها، رضایت ذی نفعان را برای مشروعیت، ارتقا و بقای سازمان به همراه دارد. مقاله حاضر با هدف پیشنهاد ارتقای مدل مسوولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی انجام شده است. پژوهش برحسب هدف کاربردی توسعه ای و برحسب روش توصیفی و از شاخه اکتشافی است که از طریق تکنیک مضمون تم و دلفی انجام پذیرفته است. جامعه آماری پژوهش اعضای هیأت علمی دانشگاه، مدیران، کارشناسان و کارکنان سازمان تأمین اجتماعی بود که برای مصاحبه ۳۱ نفر و برای پرسشنامه ۱۶ نفر با استفاده از روش نمونه گیری غیراحتمالی، از نوع هدفمند انتخاب شدند. براساس یافته های پژوهش ۶ بعد اساسی شامل بشردوستانه، اقتصادی، قانونی، اخلاق گرایی، عدالت اجتماعی و عدالت درمانی که بعد عدالت اجتماعی و عدالت درمانی برای اولین بار در ابعاد مسوولیت پذیری سازمانی اضافه و ۳۳ شاخص است.

کلیدواژه ها: مسوولیت پذیری اجتماعی، سازمان تأمین اجتماعی، تحلیل مضمون (تم).

۱- دانشجوی دکتری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد واحد همدان، همدان، ایران

* نویسنده مسئول: d.bodaghi93@yahoo.com

۲- استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد واحد همدان، همدان، ایران

۳- استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد تهران مرکز، تهران، ایران

مقدمه

مسئولیت اجتماعی که از اواسط دهه ۱۹۵۰ میلادی و در پی توسعه کسب و کارها و ایجاد نیاز در جوامع مطرح گردید، مسائل خارج از سازمان را کانون توجه خود قرار داده و در جستجوی یافتن مسیرهای ناب جهت فعالیت سازمان است (Shafi'i&Azizi, 2013, P.9). مسئولیت اجتماعی، مجموعه‌ی وظایف و تعهداتی است که سازمان باید برای حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ی ای که در آن کار می‌کند، انجام دهد (Nourian&Salmani, 2015, P. 265). امروزه، بحث درباره‌ی مسئولیت اجتماعی پذیر بودن سازمان‌ها مطرح است. سازمان تأمین اجتماعی نیز مانند سایر سازمان‌ها در تلاش جهت حفظ منافع اجتماعی است. از این رو به ابعاد بشردوستانه، قانونی، محیط زیست و اخلاقی در چارچوب‌هایی همچون پشتیبانی از افراد بیمه شده، تعیین حدود فعالیت طبق قانون، استفاده بهینه از امکانات جهت حفظ محیط زیست و تکریم همه‌ی اقشار جامعه و رعایت ارزش‌ها جهت رعایت اخلاق پرداخته است (khalily araghy&ziaghilno, 1383, P. 64-75). براساس مفهوم مسئولیت اجتماعی، از آن جایی که سازمان‌ها نیز مانند اشخاص حقیقی عضوی از اجتماع به شمار می‌روند و مانند سایر اعضای جامعه در خصوص محیط پیرامون خود مسئولیت دارند، ضروری است که علاوه بر بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی خود، ارتقای استانداردهای زندگی اجتماعی افراد جامعه را در دستور کار خود قرار دهند (Shafi'i&Ahmadi, 2013). تعهد سازمان‌ها به اجرای مسئولیت اجتماعی باعث ایجاد وفاداری در ارباب رجوع‌ها می‌شود. این تعهد و وفاداری پایه‌های اصلی هر سازمانی است، به خصوص در شرایط رقابت شدید بحران زیست محیطی از موارد پراهمیت است (StaniSavljevi, 2017, P. 41). یک سازمان جهت رسیدن به اهداف اجتماعی خود نیازمند وجود موقعیت، شهرت و مشروعیت است. این سه نکته مکمل هم هستند که با هم تمرکز بر ارزش‌ها و باورهای مطلوب دارند و معمولاً این ارزش‌ها توسط دولت تعیین می‌شوند (Duff, 2016, P. 76). سازمان تأمین اجتماعی به عنوان یک سازمان در زمینه خدمات و رفاه عمومی نقش مهمی را ایفا می‌کند. به همین اندازه جامعه امروز از سازمان تأمین اجتماعی انتظار دارد که به مسئولیت اجتماعی به عنوان یکی از مسائل مهم جامعه نگاه نموده و آن را اجرا کند (SalehiAmiri, 2011, P. 23-25). تمرکز فعالیت سازمان تأمین اجتماعی در راستای انتظارات عمومی و انجام مسئولیت اجتماعی در عمل موجب افزایش سودآوری در بلندمدت شده و اثرات مفیدی را عاید این سازمان می‌کند که از جمله آن می‌توان به کاهش درصد شکایات، کاهش ریسک‌های عملیاتی، افزایش شهرت، اعتبار اقتصادی، نوآوری، دستیابی به دانش و مهارت و دستیابی به منابع عمده و کلیدی اشاره کرد. بدون تردید این موضوع که در حال حاضر تمام ذینفعان سازمان تأمین

اجتماعی حس رضایتمندی بالایی از عملکرد این سازمان ندارند را تا اندازه زیادی باید به نبود راهبردها و شاخص های مشخص و شفاف در حوزه مسوولیت اجتماعی این سازمان مربوط دانست (Azar, 2015, P. 6).

بنابراین اولین مسأله در راه قبول و اجرای مسوولیت اجتماعی مشخص ساختن حدود و ثغور این مسوولیت می باشد زیرا تا سازمان ها دقیقاً مسوولیت اجتماعی را تعریف نکرده و مشخص نسازند مسلماً نخواهند توانست در راه تحقق آن گام بردارند (Alwani, 2005, P. 317). علی رغم بدیهی بودن این موضوع که حدود و ثغور مسوولیت اجتماعی باید مشخص و در سازمان ها استقرار یابد تا به حال تلاش های محدودی برای شناخت راه های طراحی مسوولیت اجتماعی در ساختار سازمانی صورت گرفته است و بیشتر محققان تلاش کرده اند تا به تبیین مفاهیم مربوط به مسوولیت اجتماعی بپردازند و مزایای به کارگیری آن را برای سازمان ها تبیین و تشریح کنند. بنابراین پژوهش حاضر در تلاش است مسوولیت اجتماعی را در سازمان تأمین اجتماعی ارتقا دهد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گریفین و بارنی^۱ (۱۹۹۲) مسوولیت اجتماعی را این گونه تعریف کرده اند: مسوولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد.

مهدی ایران نژاد پاریزی نیز مسوولیت اجتماعی را این گونه بیان می کند: مسوولیت اجتماعی تعهدات تصمیم گیران برای اقداماتی است که به طور کلی علاوه بر تأمین منافع خودشان موجبات رفاه جامعه را فراهم می کنند. طبق این تعریف سازمان ها مسوولند که از آلوده کردن محیط زیست، تبعیض در استخدام، بی توجهی به تأمین نیازهای کارکنان خود بپرهیزند و در بهبود رفاه اجتماعی مورد قبول اکثریت جامعه بکوشند (RabieeMandjin&Gholami, 2016, P. 4).

مسوولیت اجتماعی به عنوان یکی از هشت رکن اصلی تعالی سازمان امروزه جایگاه بسیار بزرگ و مهمی در رأس خط مشی ها و استراتژی سازمان ها یافته است. برای سازمان های متعالی رفتار سازمانی مبتنی بر بالاترین استانداردهای اخلاقی در قبال ذی نفعان و گستره جامعه، از پایه های پایداری سازمان است (HassanzadehDastjerdi, 2016, P. 6).

¹ Griffin & Barnay

مدل هرمی کارول: طبق این مدل که در شکل ۱ نشان داده شده، مسئولیت اجتماعی شرکت ها از چهار قسمت اقتصادی (به دست آوردن سود)، قانونی (هماهنگی با قوانین)، اخلاقی (مسئولیت های اخلاقی برای یک جامعه ی خوب، ضرورت دارند. به مواردی همچون عدالت و توسعه انسانی (شامل آموزش، ارتقا و پرورش) توجه فراوانی دارند (Nikolova, 2017, P. 30)) و بشردوستانه (سازمان ها به طور داوطلبانه به جامعه کمک می کنند و با ایجاد اعتماد با جامعه ی خود رفاه آن ها را بهبود می بخشند (Masoud, 2017, P. 22)) تشکیل شده است.

در این مدل مسوولیت های اقتصادی از مسئولیت های اصلی سازمان و همان سودآوری است. مسوولیت های قانونی به این اشاره دارد که سازمان باید در چارچوب قوانین و مقررات جامع فعالیت اقتصادی خود را انجام دهد. سومین مسوولیت شرکت ها، مسوولیت اخلاقی است که براساس آن از شرکت ها انتظار می رود که ارزش ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشند و به آن ها احترام بگذارند و در نهایت، مسوولیت های بشردوستانه به فعالیت های داوطلبانه شرکت ها اشاره دارد. بر طبق نظر کارول استفاده از این هرم مدل مفهومی مسوولیت اجتماعی شرکت را به تصویر می کشد و این مدل تمام حوزه های مسوولیت اجتماعی شرکت را به طور متمایز و در عین حال با همدیگر نشان می دهد. مؤلفه های مدل مسوولیت اجتماعی از نظر سلسله مراتبی اهمیت کمی دارند. بر این اساس، مسوولیت قانونی پایه محسوب می شود و همه مسوولیت های دیگر دلالت بر مسوولیت اقتصادی دارند و از شرکت ها انتظار می رود که در چارچوب قانون عمل کنند و بنابراین، مسوولیت قانونی لایه بعدی هرم است. در رأس این هرم مسوولیت بشردوستانه قرار دارد که اختیاری است و کمترین اهمیت را در هرم دارد. هر چه به رأس هرم نزدیک می شویم، از نظر اهمیت این مؤلفه ها کاسته می شود (Habibi, Vazifehdust & Jafari, 2016, P. 130). وقتی سازمان سود لازم را به دست می آورد نقش به سزایی در ارتقا کیفی سازمان، ارتقا و حفظ اعتماد در سطح جامعه دارد (FaghaniMakrani, HeidariRostami & Amin, 2016).



شکل ۱. مدل هریمی کارول

محیط زیست به عنوان یکی از ابعاد مسوولیت اجتماعی تا آنجا مورد اهمیت قرار گرفته که در سال ۱۹۶۰ در کنفرانس «بایوسفر» پاریس به عنوان یک اصل «توسعه پایدار» معرفی گردید (Pettrini, 2017, P. 105).

سازمان هایی که در جلوگیری از آلودگی محیط زیست تلاش می کنند هنگامی که مشتریان و کارکنان این موضوع را احساس می کنند باعث ایجاد وفاداری و اعتماد در آن ها می شود (Qiu, Snaukat&Tharyan, 2016, P. 105).

هنگامی که مشتریان احساس می کنند سازمانی که به آن ها خدمات ارائه می دهد متعهد به فعالیت های مسوولیت اجتماعی هستند نسبت به آن سازمان اعتماد و وفاداری پیدا می کنند (Park, Kim&Kwon, 2017, P. 9).

پژوهش هایی درباره ارتقای مدل مسوولیت اجتماعی انجام شدند که در ادامه مهم ترین آن ها به طور خلاصه شرح داده می شوند. حبیبی، وظیفه دوست و جعفری (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی با عنوان «مؤلفه های ارتقای مسوولیت پذیری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی» به این نتیجه رسیدند که مسوولیت پذیری اجتماعی دارای پنج مؤلفه بشردوستانه، اقتصادی، قانونی، اخلاقی و فناوری است.

احمدی، عادل آذر (۲۰۱۴)، ضمن پژوهشی با عنوان «طراحی مدل مسوولیت اجتماعی سازمان با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM)» به این نتیجه رسیدند که ابعاد و شاخص‌های مسوولیت اجتماعی سازمان در قالب ۵ بعد (تعهد به مشتریان و بازار، کارکنان، برنامه های اجتماعی و محیط زیست، قوانین و مقررات و تعهد به جامعه) و ۹۹ شاخص تعیین گردید. با توجه به مدل به دست آمده در این پژوهش قدرت نفوذ، میزان وابستگی، تحقق مسوولیت های اجتماعی یک سازمان در گرو تأکید بر اهمیت مسوولیت های اجتماعی خود در خصوص جامعه می شود.

تیرمی وانلسلندر له^۱ (۲۰۱۶)، ضمن پژوهشی تحت عنوان «خلاقیت برای اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیطی»، به این نتیجه رسیدند که هدف های اجتماعی نسبت به هدف های اقتصادی و محیطی اهمیت بیشتری در سیاست های مسوولیت اجتماعی دارند. در ضمن جهت ایجاد خلاقیت، هدف های اجتماعی دارای اهمیت بیشتری در خصوص هدف های اقتصادی و محیطی داشتند.

ریگو برتوپارادا دازا^۲ (۲۰۱۵)، در پژوهش خود تحت عنوان «یک مدل ارزیابی برای مسوولیت اجتماعی» به این نتیجه رسیدند که هر سازمانی برای خودش لازم است تا ابعاد مسوولیت اجتماعی خود را شناسایی نموده سپس جهت اطلاع از اجرای آن مدل ارزیابی پیدا نموده و آن را بسنجد.

بررسی ها حاکی از آن است که پژوهش هایی درباره مسوولیت اجتماعی انجام شده است، اما پژوهش های اندکی با هدف ارتقای مسوولیت اجتماعی انجام شده است. مدیران و کارکنان برای موفقیت سازمان باید از ویژگی های مسوولیت اجتماعی برخوردار باشند و برای بهبود ویژگی های مذکور ابتدا باید مؤلفه های آن را شناسایی و سپس اقدام به آموزش و بهبود آن ها کرد. در نتیجه پژوهش حاضر با هدف ارتقا مدل و شناسایی مؤلفه های مسوولیت اجتماعی انجام شد.

سؤال های پژوهش

- ابعاد و مؤلفه های مسوولیت اجتماعی کدام اند؟
- رتبه بندی ابعاد و مؤلفه های مسوولیت اجتماعی چگونه است؟

¹Tirmivanlsnderleh

²Rigobratopardadaza

مدل مفهومی پژوهش

با استناد به مبانی نظری، مدل مفهومی پژوهش با توجه به ابعاد و مؤلفه های اثرگذار در حوزه مسوولیت اجتماعی به شرح زیر تدوین می شود. مدل مذکور با توجه به کامل بودن مدل کارول برگرفته از این دو نظریه پرداز است. با استفاده از این مدل و نتایج محقق ساخته مدل مطلوب مسوولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی طراحی گردید.



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش برگرفته از نظریه کارول

روش پژوهش

پژوهش حاضر از بعد هدف، توسعه ای - کاربردی که از دیدگاه توسعه ای به دنبال ارتقاء مدل مسوولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی بود و این مهم به درک بهتر موضوع و افزایش دانش در این زمینه منجر شد؛ لذا، پژوهش توسعه ای است و با توجه به این که محقق به دنبال توسعه دانش کاربردی در زمینه حل مسائل و بهبود مسوولیت اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی است، به طوری که نتایج پژوهش در عمل برای سازمان تأمین اجتماعی کاربرد داشته باشد و ارائه پیشنهادها پژوهش به بهبود مسوولیت اجتماعی منجر شود، از این نظر کاربردی است. پژوهش حاضر از نظر روش، اکتشافی است. در این پژوهش به منظور تکمیل طراحی مدل مسوولیت اجتماعی، از مصاحبه های نیمه ساختار یافته با تأکید بر روش اکتشافی استفاده شده است. بنابراین مصاحبه های مفصل و عمیقی با ۳۱ نفر از متخصصان امر، که از اساتید دانشگاه و فعالان در حوزه تأمین اجتماعی بوده اند در روش تحلیل تم، انجام شد که نتایج آن در تهیه فهرست شاخص ها و دسته بندی آن ها در قالب

ابعاد و مؤلفه ها های مناسب استفاده گردید. به منظور تحلیل مصاحبه های گردآوری شده در فرآیند پژوهش، متن مصاحبه ها نوشته شد. سپس همانند جدول شماره ۱ که نمونه ای از دو مصاحبه است با مطالعه دقیق این متون، در ابتدا برای هر یک از مصاحبه های تهیه شده، تمامی ایده های مستقل در قالب مفاهیم شناسایی و سپس به هر کدام یک کد اختصاص داده شد. در صورت وجود بخش هایی با مضامین مشابه در متن مصاحبه های قبلی، از همان کدهای قبلی اختصاص داده شد. سپس طبق جدول شماره ۲ براساس تمامی مفاهیم شناسایی شده؛ مفاهیم تکراری حذف و دسته بندی کلی تری انجام شد.

جدول ۱. مفاهیم استخراج شده در متن دو نمونه مصاحبه

شماره مصاحبه	مفاهیم استخراج شده	مصاحبه ها
۱۵	احترام به ارزش ها و هنجارهای جامعه	یکی از مسوولیت های سازمان این است که به عقاید مشتریان و کارکنان احترام بگذارد. چون افراد جامعه از طبقات مختلفی تشکیل شده است پس احترام به عقاید اقشار جامعه لازم است.
	احترام به آزادی بیان	کارکنان باید آزادانه حق خود را مطالبه کنند و سازمان نیز به خواسته و انتقاد آن ها احترام بگذارد. سازمان با محلی جهت ارائه پیشنهادهای عموم لازم است از نظرات عموم اطلاع پیدا کند و در خصوص نظرات آن ها حرکت کند.
	ایجاد احساس تعلق افراد جامعه به سازمان	سازمان باید سعی کند تا یک ارتباط دوطرفه و طولانی مدت و پایدار بین سازمان و جامعه ایجاد نماید.
	آگاهی دادن به مردم جهت شناخت سازمان	یکی از راه های ایجاد ارتباط دوطرفه و ایجاد اعتماد بین سازمان و جامعه آموزش است. این آموزش می تواند از سطح پایین آموزش و پرورش شروع شده و تا آموزش عالی ادامه یابد.
	تأمین اجتماعی	سازمان با آموزش مناسب، خود را به عموم معرفی نموده و مزایای سازمان را برای عموم روشن کند.
	نفی هر گونه تبعیض	سازمان تأمین اجتماعی باید شأن انسان را در نظر بگیرد و به آن احترام بگذارد و میان عموم مردم تبعیضی قائل نشود.

مشارکت مدنی	به مشارکت و فعالیت های اجتماعی افراد در سازمان اشاره کنیم. مثلاً افرادی که به صورت تشکل های خاص به عنوان محیط زیست روز ۱۳ فروردین به جمع آوری زباله می پردازند.	۲۷
مشارکت سیاسی	فعالیت جهت مشارکت در میتینگ ها و انتخابات.	
احترام به ارزش ها و هنجارهای جامعه	در نظر گرفتن رضایت عموم و عقاید و نظرات از جنبه های اصلی سازمان است. به خصوص سازمان تأمین اجتماعی که به طور مستقیم با مردم سروکار دارد و باید پاسخگو باشد.	
تلاش جهت حفظ وحدت در جامعه	حفظ ساختار اجتماعی سازمان و گرفتن تصمیماتی که باعث تفرقه و ناهمگونی در جامعه نشود و نیز یک وحدت نظری اعمال شود.	
برطرف کردن نیاز ناتوانان از حداقل امکانات	زمانی که برای افراد جامعه شرایط خاصی از قبیل بیماری و از کار افتادگی پیش می آید، سازمان مشکلات آن ها را حل کند.	

جدول ۲. دسته بندی کلی و حذف مفاهیم تکراری

دسته بندی مفاهیم استخراج شده	مصاحبه (شماره مصاحبه ها)
احترام به ارزش ها و هنجارهای جامعه	یکی از مسوولیت های سازمان این است که به عقاید مشتریان و کارکنان احترام بگذارد. چون افراد جامعه از طبقات مختلفی تشکیل شده است پس احترام به عقاید اقشار جامعه لازم است. (۱۵)
	در نظر گرفتن رضایت عموم و عقاید و نظرات از جنبه های اصلی سازمان است. به خصوص سازمان تأمین اجتماعی که به طور مستقیم با مردم سروکار دارد و باید پاسخگو باشد. (۲۷)
احترام به آزادی بیان	کارکنان باید آزادانه حق خود را مطالبه کنند و سازمان نیز به خواسته و انتقاد آن ها احترام بگذارد. (۱۵)
	سازمان با محلی جهت ارائه پیشنهادهای عموم لازم است از نظرات عموم اطلاع پیدا کند و در خصوص نظرات آن ها حرکت کند. (۱۵)

سازمان تأمین اجتماعی باید شأن انسان را در نظر بگیرد و به آن احترام بگذارد و میان عموم مردم تبعیضی قائل نشود. (۱۵)	نفی هر گونه تبعیض
سازمان باید افراد را با یک دید نگاه کند و تفاوتی بین آن ها قائل نشود. (۱۷)	
برخورد محترمانه با عموم مردم بدون توجه به جنسیت و قومیت (۱۹)	مشارکت مدنی
کمک به جمع آوری زباله ها و امحا آن ها در سطح جامعه و استفاده از طبیعت گردی برای جمع آوری زباله ها (۶)	
مشارکت اجتماعی مانند تشکل های خاص محیط زیست و جمع آوری زباله ها (۲۷)	

گروه بندی کردن، دسته بندی کردن و انتزاع

در گام بعدی تلاش گردید مقوله های مشابه و مقارن در تم های اصلی جای گیرند براساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشتند، تم ها، به شکل انتزاعی تری استخراج شدند. پس از تهیه و تنظیم جدول مفاهیم و مقولات اولیه به عنوان گام نخست تحلیل کیفی اطلاعات حاصل از انجام مصاحبه، برای تکمیل این فرآیند، مفاهیم حاصله در سطح بالاتر و تجربیدی تر جهت دست یابی به تم های اصلی، گروه بندی شدند. پس از مقایسه مقولات گروه بندی شده، مقولات مرتبط با یکدیگر در یک مضمون کلی دسته بندی شدند و براساس عناوین موجود در نظریه های مرتبط یا مفاهیم برخاسته از ادبیات پژوهش، عناوین کلی برای این مضمون ها در نظر گرفته شد. در این قسمت اطلاعات حاصل از مصاحبه با ۳۱ نفر از کارشناسان و مدیران سازمان تأمین اجتماعی انجام داده که شامل ۳۱ مفهوم (شاخص) است که تحت ۷ مقوله قرار گرفته اند، در جدول شماره ۳ به تفکیک ارائه شده اند.

جدول ۳. مقوله ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه ها

مقولات (مؤلفه ها)	کدهای مفهومی (شاخص ها)
محیط زیست	۱. تمهیدات پیشگیرانه سازمان نسبت به خسارت محیط زیست ۲. حفظ منابع برای نسل آینده ۳. حمایت از به حداقل رساندن عوارض نامطلوب زیست محیطی ۴. گفتمان سازی ۵. تلاش جهت حفظ وحدت در جامعه ۶. رفع معضلات اجتماع

۷. آگاهی دادن به مردم جهت شناخت سازمان تأمین اجتماعی ۸. ایجاد احساس تعلق افراد جامعه به سازمان	اعتماد سازی
۹. حمایت از کاهش هزینه های جامعه ۱۰. حمایت از مهارت ها و تجربه های افراد ۱۱. حمایت از منافع کلی سازمان ۱۲. توجه به سودآوری سازمان ۱۳. شفاف سازی مالی	توسعه اقتصادی جامعه
۱۴. توجه به اجرای صحیح قوانین در سازمان ۱۵. کنترل فساد اداری در سازمان ۱۶. پرداخت های قانونی به موقع به نهادهای مربوط ۱۷. تأمین بهداشت و ایمنی کارکنان ۱۸. تأمین بهداشت و ایمنی ارباب رجوع ۱۹. مشارکت مدنی ۲۰. مشارکت سیاسی ۲۱. پرهیز از تبعیض جنسیتی ۲۲. پرهیز از تبعیض قومیتی ۲۳. پرهیز از تبعیض مذهبی	التزام به قانون
۲۴. احترام به ارزش ها و هنجارهای جامعه ۲۵. احترام به آزادی بیان	بعد اخلاق گرایی
۲۶. برطرف کردن نیاز ناتوانان از حداقل امکانات ۲۷. تأمین حداقل نیازهای افراد جامعه ۲۸. رعایت انصاف ۲۹. نفی هر گونه تبعیض	فقرزدایی
۳۰. آگاه سازی شهروندان جهت بهره مندی بهتر از خدمات درمانی ۳۱. مراکز پاسخگویی به مراجعه کنندگان	عدالت درمانی

تجزیه و تحلیل داده ها

پس از انجام تحلیل تم (مضمون) و اجماع نظر و شناسایی مؤلفه ها و شاخصه های به دست آمده از مصاحبه ها که دارای ۶ مؤلفه و ۳۱ شاخص است، به تهیه پرسشنامه و تجزیه و تحلیل آن از روش دلفی پرداخته شد. در اینجا به دلیل محدودیت حجم پژوهش تحلیلش آورده نشده است. اجرای روش دلفی پس از اتمام دور سوم و براساس اتفاق نظر بین دیدگاه

های خبرگان پاسخگو پایان یافت. با این روش و پس از این که اعضای گروه دلفی شاخص ها را تأیید کردند و آزمون معناداری اجماع نظر بین دیدگاه های خبرگان درباره هر شاخص بیان شده اجرا شد، شاخص های نهایی (در مجموع ۳۳ شاخص) برای هر یک از ابعاد تشکیل دهنده مسوولیت پذیری اجتماعی در سازمان تأمین اجتماعی مشخص شدند.

در آزمون نسبت، نسبت موافقان را با ۵۰ درصد می سنجیم که آیا این نسبت بیشتر از ۵۰ درصد است یا خیر؛ در واقع، از نظر آماری فرضیه یا مطالب مذکور را می توان به صورت زیر نشان داد:

H_0 : نسبت موافقان با هر شاخص کمتر یا مساوی ۵۰ درصد است و لذا، معناداری شاخص رد می شود.

H_1 : نسبت موافقان با هر شاخص بیشتر از ۵۰ درصد است و لذا، معناداری شاخص پذیرفته می شود.

جدول ۴. نسبت مخالفان و موافقان و آزمون نسبت در خصوص هر یک از شاخص های طرح دلفی (مرحله سوم)

نتیجه	P - value	نسبت مخالفان	نسبت موافقان	شاخص ها	مؤلفه ها	بعد
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	حمایت از به حداقل رساندن عوارض نامطلوب زیست محیطی	محیط زیست	زیست
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	تمهیدات پیشگیرانه سازمان در خصوص خسارت محیط زیست		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	حفظ منابع برای نسل آینده		
قبول	۰/۰۰۴	۰/۱۳	۰/۸۷	تلاش جهت حفظ وحدت در جامعه	تعامل با جامعه	
قبول	۰/۰۰۴	۰/۱۳	۰/۸۷	توجه به مصالح عمومی		
قبول	۰/۰۲۱	۰/۱۹	۰/۸۱	رفع معضلات اجتماع		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	آگاهی دادن به مردم جهت شناخت سازمان تأمین اجتماعی	اعتمادسازی	
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	ایجاد احساس تعلق افراد جامعه به سازمان		

قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	حمایت از کاهش هزینه های جامعه	توسعه اقتصادی جامعه	بعد اقتصادی
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	حمایت از مهارت ها و تجربه های افراد		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	حمایت از منافع کلی سازمان		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	توجه به سودآوری سازمان	مسوولیت مالی	
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	ایقاي سازمان		
قبول	۰/۰۰۴	۰/۱۳	۰/۸۷	شفاف سازی مالی		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	توجه به اجرای صحیح قوانین در سازمان	التزام به قانون	بعد قانونی
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	کنترل فساد اداری در سازمان		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	پرداخت های قانونی به موقع نهادهای مربوط		
قبول	۰/۰۲۱	۰/۱۹	۰/۸۱	توجه به استراتژی کلی دولت		
قبول	۰/۰۰۴	۰/۱۳	۰/۸۷	تأمین بهداشت و ایمنی کارکنان		
قبول	۰/۰۰۱	۰/۰۶	۰/۹۴	تأمین بهداشت و ایمنی ارباب رجوع		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	پرهیز از تبعیض قومیتی		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	پرهیز از تبعیض جنسیتی		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	پرهیز از تبعیض مذهبی		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	مشارکت مدنی		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	احترام به ارزش ها و هنجارهای جامعه		

قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	احترام به آزادی بیان		
قبول	۰/۰۰۴	۰/۱۳	۰/۸۷	برخورد محترمانه با افراد درون و برون سازمان		
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	برطرف کردن نیاز ناتوانان از حداقل امکانات	فقرزدایی	عدالت اجتماعی
قبول	۰/۰۰۰	۰	۱	تأمین حداقل نیازهای افراد جامعه		
قبول	۰/۰۲۱	۰/۱۹	۰/۸۱	رعایت انصاف	اصل برابری	
قبول	۰/۰۰۴	۰/۱۳	۰/۸۷	نفر هر گونه تبعیض		
قبول	۰/۰۰۱	۰/۰۶	۰/۹۴	آگاهی سازی شهروندان جهت بهره مندی بهتر از خدمات درمانی		عدالت درمانی
قبول	۰/۰۰۱	۰/۰۶	۰/۹۴	مراکز پاسخگویی به مراجعه کنندگان		

در جدول ۴ مقدار معناداری با p -value برای هر یک از شاخص ها محاسبه شده است. در خصوص تصمیم گیری ذکر این نکته ضروری است که اگر مقدار p -value به دست آمده برای یک شاخص بیشتر از سطح ۵ درصد به دست آمده باشد (p -value > $a=5\%$)، معناداری آن شاخص رد و در نتیجه، معناداری آن شاخص حذف می شود. پس از انجام روش دلفی به بررسی وضعیت موجود ابعاد مسوولیت اجتماعی پرداخته شد تا بررسی شود که کدامیک از ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی در سطحی پایین تر از متوسط قرار دارند.

لذا لازم است برای هر یک از ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی فرضیات زیر آزمون شوند:
آزمون فرض:

H_0 : وضعیت موجود ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی پایین تر از سطح متوسط نیست.

H_1 وضعیت موجود ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی پایین تر از سطح متوسط است. جهت بررسی وضعیت موجود ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی براساس نظرهای خبرگان از آزمون t - تک نمونه ای (t - استیودنت) استفاده می شود. اگر مقدار p -value بزرگ تر از مقدار خطا ۵٪ (۵ درصد) باشد فرض صفر تأیید می شود و در صورتی که مقدار p -value کوچک تر از مقدار خطا ۵٪ (۵ درصد) باشد فرض یک تأیید می شود.

جدول ۵. نتایج آزمون t برای وضعیت موجود ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی

ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	مقدار آمار t	p -value
بعد بشردوستانه	۱۶	۲/۹۵	۰/۰۸	۱۵	۴۸/۰۸۱	۰/۰۰۰
بعد اقتصادی	۱۶	۲/۹۸	۰/۰۶	۱۵	۶۸/۸۰۱	۰/۰۰۰
بعد قانونی	۱۶	۲/۹۶	۰/۰۵	۱۵	۷۷	۰/۰۰۰
بعد اخلاق گرای	۱۶	۲/۹۶	۰/۱۱	۱۵	۳۳/۶۶۹	۰/۰۰۰
بعد عدالت اجتماعی	۱۶	۲/۹۲	۰/۱۲	۱۵	۳۰/۸۱۲	۰/۰۰۰
بعد عدالت درمانی	۱۶	۲/۹۴	۰/۱۷	۱۵	۲۱/۹۵۸	۰/۰۰۰

با توجه به نتایج جدول ۵، مقدار p -value برای تمامی ابعاد، کوچک تر از مقدار خطا ۵٪ (۵ درصد) است. لذا فرض صفر رد شده و فرض یک تأیید می شود. بنابراین، با ضریب اطمینان ۹۵ درصد می توان نتیجه گرفت که وضعیت ابعاد مسوولیت پذیری اجتماعی به ترتیب اولویت شامل مسوولیت اقتصادی، مسوولیت قانونی، مسوولیت اخلاق گرای، مسوولیت بشردوستانه، مسوولیت عدالت درمانی و مسوولیت عدالت اجتماعی هستند.

بحث و نتیجه گیری

سازمان تأمین اجتماعی به عنوان یک سازمان در زمینه خدمات و رفاه عمومی نقش مهمی ایفا می کند به همین اندازه جامعه از سازمان تأمین اجتماعی انتظار دارد به مسوولیت اجتماعی به عنوان یکی از مسائل مهم نگاه کرده و آن را اجرا کند. در پژوهش حاضر با توجه

به تبعات مؤثر بر مسوولیت پذیری اجتماعی، تلاش شد تا الگویی خاص برای سازمان تأمین اجتماعی معرفی و روایی آن سنجش شود. نتایج حاکی از آن بود که مسوولیت اجتماعی دارای ۳۱ شاخص، ۸ مؤلفه و ۶ بعد بود. با توجه به میانگین حاصل از ابعاد مسوولیت اجتماعی، بعد اقتصادی در رتبه اول، ابعاد قانونی و اخلاق گرایي در رتبه دوم، بعد بشردوستانه در رتبه سوم، بعد عدالت درمانی در رتبه چهارم و بعد عدالت اجتماعی در رتبه پنجم قرار گرفته اند. مطابق با رتبه بندی انجام شده از طریق آزمون t ، تبعات اقتصادی سازمان تأمین اجتماعی بر جامعه تأثیر بسزایی در افزایش پاسخگویی اجتماعی نشان می دهد. نتایج این بررسی با مطالعه براون و کلارک (۲۰۰۹) که این بعد را در تبلور تأثیربخشی اجتماع در آموزش عالی معرفی کرده اند مطابقت دارد. از دیگر ابعاد مؤثر بر پاسخگویی سازمانی تأمین اجتماعی میزان مسوولیت پذیری آن ها در قبال مسائل قانونی است. به منظور اعمال توجه به اجرای صحیح قوانین در سازمان، پرداخت های قانونی به موقع نهادهای مربوط و کنترل فساد اداری در سازمان اهمیت بالایی دارد. در مطالعه حبیبی و همکاران (۱۳۹۵) نیز این شاخص ها وجود دارد. در میان ابعاد مسوولیت اجتماعی، بعد اخلاق بر مسوولیت پذیری سازمان تأمین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. نتایج این بررسی با مطالعه سرمدی و شالباف (۱۳۸۶) که مؤلفه های اخلاق را صداقت و صراحت، حفظ حریم شخصی و وفای به عهد معرفی کردند مطابقت دارد. اعمال کدهای اخلاقی در یک سازمان علاوه بر نتایج مثبت مادی و اجتماعی که به دنبال دارد، به منظور حفظ حرمت و هویت انسانی و تقویت آن جهت تکامل بشر به کار گرفته می شود و باعث می شود تا اهداف سازمانی دنبال شوند. از دیگر ابعاد مؤثر بر پاسخگویی سازمان تأمین اجتماعی میزان مسوولیت پذیری آن در قبال بعد بشردوستانه شامل محیط زیست، تعامل با جامعه و اعتمادسازی می باشد. نتایج این بررسی از جهاتی با نتایج پژوهش های گلی و همکاران (۱۳۹۷) و احمدی و همکاران (۲۰۰۸) همسو بود. برای مثال گلی و همکاران (۱۳۹۷) به این نتیجه رسیدند که آگاهی جامعه نسبت به مسوولیت، افزایش تبلیغ برای مسوولیت و جلب اعتماد برای مسوولیت جز مسوولیت اجتماعی می باشد و در پژوهشی دیگر یعنی احمدی و همکاران (۲۰۰۸) مراعات استانداردهای زیست محیطی، رعایت صرفه جویی در مصرف انرژی و جلوگیری از ایجاد خسارت زیست محیطی به عنوان شاخص ها تأیید شده است.

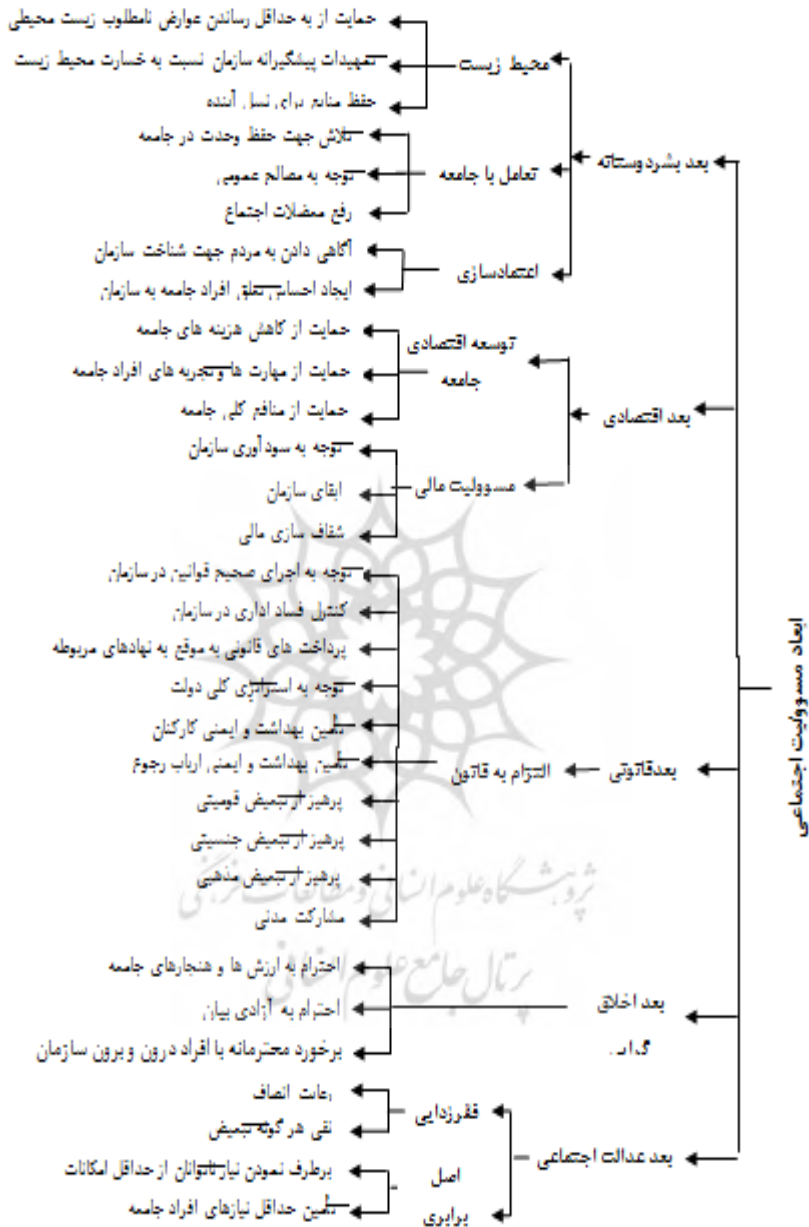
همچنین نتایج حاکی از آن بود که عدالت اجتماعی دارای شاخص های رعایت انصاف، نفی هر گونه تبعیض و تأمین حداقل نیازهای افراد جامعه بود که از جهاتی با پژوهش حبیبی و همکاران (۱۳۹۵)، که بعد مسوولیت عمومی در این پژوهش شامل شاخص هایی همچون حل مشکلات اجتماعی، تلاش برای کسب منفعت عمومی و تساوی و نفی هر گونه

تبعیض بود. یکی از عمده ترین دغدغه های سازمان تأمین اجتماعی، اجرای عدالت اجتماعی جهت رفع نیازهای حداقلی افراد جامعه رعایت انصاف در جامعه است. به نظر بسیاری از جامعه شناسان از مسائل جوامع مدرن می توان به فردگرایی افراطی، کاهش اخلاق جمعی و اختلال در مسوولیت اشاره کرد. هم چنین چگونگی مسوولیت اجتماعی افراد تحت تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی قرار دارد. امروزه سازمان ها علاوه بر انجام وظایف خود به انجام فعالیت های مسوولیت اجتماعی سازمانی نیز مکلف شده اند تا پاسخگو به انتظارات جامعه باشند.

پیشنهادها

براساس نتایج به دست آمده و اهمیت مسوولیت اجتماعی در موفقیت سازمان پیشنهاد می شود تا مدیران ابعاد و مؤلفه های مسوولیت اجتماعی را در حین کار مورد تأکید قرار دهند و خود به عنوان الگوی سایرین پیش قدم رعایت عملی آن ها باشند. جهت استخدام کارکنان ابعاد مسوولیت اجتماعی در نظر گرفته شود. آموزش های ضمن خدمت برای آشنایی کارکنان با مسوولیت اجتماعی برگزار شود. در ضمن برنامه هایی برای تبیین و آموزش جهت بهبود فرآورده های سازمانی طراحی شود. ورود مؤلفه های مسوولیت اجتماعی به شاخص های عملکردی کارکنان و مدیران و منوط نمودن ارتقا، گزینش و جایگزینی به رعایت این شاخص ها و ایجاد پیش نیازهای لازم جهت عملیاتی کردن مجموعه مسوولیت اجتماعی که موجب آگاهی مدیران و کارکنان سازمان در خصوص اهمیت و نقش مسوولیت اجتماعی می شود. تقویت دانش مسوولیت اجتماعی و برنامه ریزی جهت برقراری ارتباطات لازم در سازمان در خصوص نتایج حاصل از اجرای برنامه های مرتبط با نظام مسوولیت اجتماعی و ایجاد یک سیستم ارزیابی نتایج و اصلاحات مرتبط با نتایج ارزیابی پیشنهاد می شود.

مدل نهایی پژوهش حاضر (نهایی) در شکل ۲ آمده است.



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش

References

الف) کتاب‌ها:

- Alwani, S, M. 2005. Public Management. Twenty-Fourth Editions. Tehran: Publishing Nayer Ney. (In Persian)
- Azar, A. 2015. News age, The code is 65241. (In Persian)
- Shafi'i, R., and Ahmadi, K. 2013. Corporate Social Responsibility Concepts, Theories, Patterns, and Applications. Tehran: Samt. (In Persian)

ب) مقاله‌ها:

- Duff, A. 2016. Corporate social responsibility reporting in professional accounting firms. Journal the British accounting review. Vol 48, PP. 74-86.
- FaghaniMakrani, K., HeidariRostami, K., and Amin, V. 2016. Investigating the relationship between social responsibility and the risk of falling stock prices in companies admitted to the Tehran Stock Exchange. Investment Knowledge Research Quarterly. Volume 5, Number 19, PP. 269-284. (In Persian)
- Habibi, N., Vazifehdust, H., and Jafari, P. 2016. Components of Social Responsibility Promotion of Islamic Azad University. Quarterly journal of research and planning in higher education. Volume 22. Number 2. PP. 125-145. (In Persian)
- HassanzadehDastjerdi, C. 2016. Providing a model for excellence in corporate social responsibility in the form of organizational excellence model. Oil Industry Social Responsibility Conference. P. 19. (In Persian)
- Khalily araghy, M., iaghinlo, M. 1383. Corporate social responsibility. Tadbir mahname. Vol, 144, PP. 64-74.
- Masoud, N. 2017. How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: The international pyramid model of CSR. International Journal of corporate social responsibility. Vol, 10, PP. 1-22.
- Nikolova, V; Arsic, S. 2017. The stakeholder approach in corporate social responsibility. Engineering management. 3(1). 24-35.
- Park, E; Kim, K; Kwon, S. 2017. Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An examination of ethical standard, satisfaction, and trust. Journal of Business research. Vol, 76, PP. 8-13.
- Pettrini, M. 2017. Sustainable development and corporate social responsibility: Abibliometric analysis of international scientific production. Journal services on demand. PP. 1-14.
- Qiu, R; Snaukat, A; Tharyan,K. 2016. Environmental and social disclosures" Link with corporate financial performance. The British a cloning review. No. 45, PP. 102-116.

- RabieeMandjin, M R., and Gholami, M. 2016. Investigating the Impact of Social Responsibility on Organizational Commitment. International Management and Accounting Conference. Seventh year . No. 3. P. 35. (In Persian)
- SalehiAmiri, R. 2011. Social responsibility of organizations. Research journal 61. Tehran: Expediency Council. Strategic Research Center. second edition. (In Persian)
- Salmani, Davood, Modarres, S., Nourian, K., and Salmani, A. 2015. Impact of employee judgments on programs related to organizational responsibility, on their attitudes and behaviors. Business Management. Volume 7, Number 2. PP. 259-278. (In Persian)
- Shafi'i, R., and Azizi, N. 2013. Study of the Organization's Social Responsibility Status in Higher Education Universities and Higher Education Centers of the West (Designing an Assessment Model). Quarterly Journal of Organizational Behavior. first year. Number 2. PP. 2-18. (In Persian)
- StaniSavljevi, C, M . 2017. Does customer loyalty defend on corporate social responsibility? Original scientific paper, Vol 63, No. 1, PP. 38-46.

