

مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی و ضرورت تبیین مولفه‌های آن در سازمان‌های دولتی ایران

سید مهدی الوانی^۱، کیومرث احمدی^۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۹۲/۴/۲۰

چکیده

روندهای در حال ظهور، مدیریت دولتی را به حرکت از درون به بیرون متمایل ساخته است و تحول دولت که باید متضمن تجلی احساس شهروندی در عملکرد آن باشد ما را نیازمند ارایه تعریفی مجدد از احساس سازمان‌های دولتی نسبت به جامعه کرده است. امروزه مدیریت دولتی را مدیریت مسائل عمومی برای ارتقای منفعت عامه می‌دانند و ایجاد اعتقاد به مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌ها، سنگ بنای مدیریت مسائل عمومی است. اخیراً مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی به پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی تغییر یافته است. این پژوهش به تبیین و بسط مولفه‌های مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی برای سازمان‌های دولتی ایران پرداخته است به طوری که برای این مفهوم ۵ بعد و ۱۱ مولفه و ۲۸ شاخص ارایه داده است. پژوهش برحسب هدف کاربردی توسعه‌ای و بر حسب روش توصیفی و از شاخه اکتشافی همبستگی است که از طریق تکنیک دلفی و معادلات ساختاری انجام پذیرفته است.

کلید واژه‌ها :

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی، مدیریت مسائل عمومی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

۲. استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

ahmadi1218@yahoo.com

مقدمه

سازمانها به عنوان حلقه‌های واسط بین فرد و جامعه، یکی از اجزای بنیادین پیکره اجتماعی بشر امروزی به شمار می‌آیند که به منظور بقا و ادامه فعالیت خود به جامعه نیازمندند، در این ارتباط سازمانهای پیشرو توجه به ارایه خدمات نوین اجتماعی را در راس فعالیت‌های مربوط به تحقیق و توسعه خود قرار داده‌اند (شیخ و بیزی^۱، ۲۰۱۱). پس سازمان‌ها باید حس مسئولیت‌پذیری، پاسخ‌گویی و توجه به حقوق اعضای جامعه را در قالب برنامه‌های راهبردی خود، مورد توجه قرار دهند و در عین حال که از سرمایه‌های زیستی-اجتماعی و علمی محیط پیرامون خود تغذیه می‌کنند در برنامه‌های راهبردی خود توجه ویژه‌ای به مقوله مسئولیت اجتماعی سازمانی و رعایت حقوق شهروندان داشته باشند (پیتر^۲ و همکاران، ۲۰۰۱). مدیران امروزی باید ابعاد اجتماعی و عمومی حرفه خود را شناخته و از آثار سازمان خود بر محیط اجتماعی آگاه باشند. مدیران باید از جزءنگری و شیفتگی صرف به اهداف سازمانی خود دست بردارند (الوانی، ۱۳۸۶: ۳۸۶). رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت‌های اجتماعی از سوی سازمان سبب افزایش مشروعیت اقدام‌های سازمانی، بهبود مزیت رقابتی شده و موفقیت سازمان را به همراه می‌آورد (شافعی و احمدی، ۱۳۹۲: ۲۴). ایجاد باور و اعتقاد به مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان‌ها، سنگ بنای مدیریت مسائل عمومی محسوب می‌شود (پورعزت، ۱۳۸۷). امروزه مدیریت دولتی را مدیریت مسائل عمومی برای ارتقای منفعت عامه می‌دانند (دانایی فرد، ۱۳۸۷). اندیشه مدیریت مسائل عمومی، زبان دولت در جامعه را پیچیده کرده و به عبارتی، به عنوان قرائتی نوین از نقش دولت در جامعه محسوب می‌گردد (قاهری، ۱۳۸۹). دیوران^۳ می‌گوید سیاستگذاری عمومی به مطالعه مسائل عمومی پرداخته و از علوم سیاسی فاصله گرفته و به بستر ویژه‌ای در حوزه اجتماعی تبدیل شده است (اشتریان، ۱۳۸۶: ۶۶). در

حل مسائل عمومی، امکان دارد که سازمان‌های دولتی با حل یک مسئله، سبب بروز مسئله دیگر در جامعه پیرامون شوند که لازم است نسبت به این پیامدهای ناشی از تصمیم یا اقدام‌های خود عملاً پاسخ‌گو باشند. بازنگری سازمان‌ها در عملکردها و پرهیز از غفلت محیط‌های پیرامون و اهمیت بیشتر به شهروندان، فضا را برای توجه و تاکید بیشتر به محیط به ویژه در سطح اجتماعی فراهم آورده است. مدیران بخش دولتی نمی‌توانند از ابعاد مختلف پاسخ‌گویی غفلت کنند. از این بابت پاسخ‌گویی در بخش عمومی پیچیده‌تر از پاسخ‌گویی بخش خصوصی است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱). یکی از پیش شرط‌های الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت، تبیین الگوی پاسخگویی به نیازهای مادی-معنوی جامعه است (علی احمدی، ۱۳۹۰). پاسخ‌گویی ابزاری است برای دادن توضیح متعهدانه اعمال و تصمیمات نهاد به فرد یا نهاد دیگر. احساس پاسخ‌گویی در مقابل جامعه، می‌تواند سازمان‌ها را از ورود به کژراهه و غلتیدن در نگرش‌های آمرانه و یک‌سونگرانه باز دارد (خداوردی، ۱۳۸۳).

روندهای در حال ظهور، مدیریت دولتی را به حرکت از درون به بیرون متمایل ساخته است. در آینده ضرورت دارد که به شکل جالب توجه این تاکید بر دنیای بیرون متمرکز شود به ویژه به دنیای شهروندی. تحول دولت باید متضمن تجلی احساس شهروندی در عملکرد آن باشد (پورعزت، ۱۳۸۷: ۳۹۶). ما نیازمند ارایه تعریفی مجدد از احساس نسبت به جامعه هستیم. به گفته کینک و استایورز^۴ در مقایسه با پارادایم مدیریت دولتی نوین که بر اثربخشی تاکید زیاد داشت در پارادایم خدمات عمومی نوین تاکید بیشتر بر پاسخ‌گویی و تطبیق‌پذیری و خلق اعتماد شهروندان به بخش دولتی است (قلی‌پور، ۱۳۸۷). در نظریه خدمات عمومی نوین، مدیران دولتی پشتیبانی از جامعه مدنی و محلی را مورد تاکید قرار می‌دهند، سازوکارهای انگیزشی برگرفته از خدمت به مردم و شهروندان است و شعار هدایت کردن به جای پارو زدن که در مدیریت دولتی نوین مطرح بود به شعار خدمت کردن به جای

1. Sheikh & Beise
2. Peter
3. Dioran

مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی است و در آن سازمان‌ها واقعا به انتظارات اجتماعی پاسخ می‌دهند (اسیمویچ و اسپوزیتو^{۱۳}، ۲۰۰۸). پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی را می‌توان ظرفیت بالفعل سازمان در جهت برآورده سازی عملی و واقعی توقعات و انتظارات اجتماعی از سازمان تعریف نمود (احمدی، ۱۳۹۱). به گفته آکرمن^{۱۴}، پاسخ‌گویی اجتماعی یعنی درجه اثربخشی و بازدهی یک سازمان در نشان دادن پیگیری برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی اش. پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی رویکردی بود که در اواخر دهه ۱۹۷۰ پدید آمد، در این رویکرد به شکاف میان آنچه جامعه ذیربط، انتظار انجام آنرا از سازمان داشت و عملکرد واقعی سازمان در این خصوص پرداخته می‌شده است. در دیدگاه پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی، سازمان‌ها به مثابه شرکایی در کنار نهادهای جامعه اند و تلاش دارند تا به حل مشکل‌های جامعه بپردازند و در نهایت سطح رفاه و کیفیت زندگی اجتماعی مردم را با رعایت برآورده شدن نیازهای تمامی طرف‌های ذی نفع بالا ببرند (یعقوبی، ۱۳۸۹). در سال ۱۹۷۵ پراکاش سیتی^{۱۵} یک مدل عملکرد اجتماعی سازمانی را ارائه نمود که دارای سه سطح بود و برای اولین بار مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی را عنوان نمود (بوونه و کانرز^{۱۶}، ۲۰۰۲).

حساسیت سازمان‌های دولتی نسبت به مسایل مختلف عمومی جامعه محلی و توجه به تبعات منفی تصمیمات و اقدامات سازمانی در جامعه مذکور مقوله قابل ارزشی است که تنها می‌تواند از طریق سازوکار پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی جنبه عملی و کاربردی به خود بگیرد. سازمان‌های دولتی بنا به سهم و نقش زیادی که در فرهنگ سازی و القای هنجارها دارند می‌توانند طلایه دار تحقق و ترویج این مفهوم در بین شبکه ای از بازیگران همراه در اداره امور باشند تا دیگر بخش‌های غیر دولتی با الهام و الگو برداری از سازمان‌های دولتی در این خصوص به پذیرش و استقرار مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی در بخش متبوع مبادرت ورزند.

هدایت کردن مطرح شده است (میرعباسی و شریفی، ۱۳۸۹: ۶۷).

مبانی نظری

پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی

برامر و پاولین^۱، بیان می‌دارند که در طی پنجاه سال اخیر، تمرکز مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی از حالت یک رابطه بین سازمان با امور اجتماعی - محیطی اش به تعیین یک سری قواعد رفتاری و ابزار مدیریتی تغییر یافته است (جان^۲، ۲۰۰۶). اخیراً مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی به پاسخ‌گویی اجتماعی تغییر یافته که اشاره به قدرت پاسخ‌گویی سازمان در برابر فشارهای جامعه دارد (الوانی، ۱۳۸۶: ۳۸۷). وادوک^۳، معمای معناساختی و تعدد درخصوص مسائل اجتماعی سازمان را این گونه به نمایش گذاشته است: مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی، صداقت اجتماعی سازمانی^۴، آیین اجتماعی سازمان^۵، روابط اجتماعی سازمانی^۶، عملکرد اجتماعی سازمانی، پایبندی اجتماعی سازمانی^۷، اعتبار اجتماعی سازمانی^۸، شهروندی سازمانی^۹ گاهی در مفاهیمی مشابه به کار می‌روند و سبب سردرگمی می‌گردد (جنی و اشانی^{۱۰}، ۲۰۰۴) با رعایت نمودن مدل کوکران و وارنیک و همچنین مدل کارول اظهار داشت که مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی می‌تواند مفر و برون رفتی از بن بست تعاریف و سردرگمی‌های معناساختی درخصوص عملکردهای اجتماعی سازمان تلقی گردد (جان^{۱۱}، ۲۰۰۶). فردریک کران^{۱۲} اشاره می‌کند که در میان اصطلاح‌های جدید اصطلاح پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی است که زیاد رشد نکرده است و شکل اساسی‌تر و راهبردی و سازمانی

1. Bromer & Powlin

2. John

3. vadok

4. Corporate Social Rectitude (CSR)

5. Corporate Social Religion (CSR)

6. Corporate Social Relationship (CSR)

7. Corporate Community Involvement (CCI)

8. Corporate Social Reputation (CSR)

9. Corporate Citizenship (CC)

10. Jenny & Eshani

11. Donavood

12. F. Keran

13. Ecimovic & Esposito

14. Akerman

15. P. Sity

16. Boone & Kunrz

روش شناسایی پژوهش

پژوهش برحسب هدف، توسعه‌ای کاربردی است. به دلیل بسط مفهومی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی در زمره پژوهش‌های توسعه‌ای است و به دلیل طراحی مدلی جهت ارزیابی میزان پاسخ‌گویی اجتماعی در سازمان‌های دولتی در زمره پژوهش‌های کاربردی هم محسوب می‌گردد. پژوهش برحسب روش توصیفی که به صورت اکتشافی - همبستگی است و از طریق آزمون دوجمله‌ای و معادلات ساختاری انجام می‌گیرد.

به دلیل شناسایی اجزای نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی در بخش دولتی، اکتشافی است زیرا درخصوص اجزای نظام ارزیابی، اطلاعات قابل توجهی وجود ندارد و به دلیل شناسایی رابطه بین اجزای مفهوم نظام ارزیابی (مفهوم - ابعاد، ابعاد- مولفه‌ها، مولفه‌ها- شاخص‌ها)، از نوع همبستگی است. پژوهش برحسب جمع‌آوری داده، براساس پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای است که مبتنی بر نظر

خبرگان و تکنیک دلفی است با توجه به بهره‌گیری از تکنیک دلفی، نمونه‌گیری به صورت قطعی و قضاوتی بوده است

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از انجام تحلیل عاملی مرتبه اول یعنی شناسایی رابطه و بار عاملی بین نشانگرها یا شاخص‌ها با مولفه‌ها که بالغ بر ۳۸ مورد می‌باشد در اینجا به دلیل محدودیت حجم پژوهش تحلیلش آورده نشده، میانگین نمرات هرکدام از عامل‌های مشخص شده وارد تحلیل عاملی اکتشافی مرتبه دوم گردیدند. تحلیل عاملی مرتبه دوم به منظور تمایز و مشخص ساختن ابعاد مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی صورت گرفت. همانطور که از جدول ذیل مشخص است ۱۱ مؤلفه در ۵ بعد خلاصه شدند. همچنین این ۵ عامل حدود ۸۱ درصد واریانس نمرات عوامل مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی را توضیح می‌دهند.

جدول ۱. ماتریس همبستگی دوران یافته تحلیل عاملی اکتشافی مرتبه دوم مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی

عوامل استخراج شده (ابعاد شناسایی شده برای مفهوم)					نسبت اشتراکات	مولفه‌های پیشنهادی
بعد پنجم	بعد چهارم	بعد سوم	بعد دوم	بعد اول		
۰/۱۱۷	۰/۱۰۵	۰/۰۹۳	۰/۰۷۲	۰/۹۱۳	۰/۸۷۱	بهبود اقتصادی محلی
۰/۰۴۴	۰/۰۳۵	۰/۰۵۰	-۰/۱۲۰	۰/۹۳۰	۰/۸۸۵	ملاحظات اقتصادی سازمانی
-۰/۰۴۹	۰/۰۰۴	-۰/۰۴۲	۰/۹۳۲	۰/۰۳۶	۰/۸۷۴	فضاسازی فرهنگی
-۰/۱۰۰	-۰/۰۱۹	-۰/۰۳۳	۰/۹۲۷	-۰/۰۸۴	۰/۸۷۷	حمایت اجتماعی
۰/۰۲۱	۰/۱۵۳	۰/۹۲۹	-۰/۰۵۲	۰/۰۸۲	۰/۸۹۷	حفاظت زیست محیطی
۰/۰۰۱	۰/۰۴۲	۰/۹۴۴	-۰/۰۲۷	۰/۰۶۰	۰/۸۹۷	حراست زیست محیطی
-۰/۰۵۸	۰/۸۳۳	۰/۱۱۰	۰/۰۰۷	-۰/۰۲۳	۰/۷۱۱	اخلاق حرفه‌ای
۰/۲۰۱	۰/۷۶۰	-۰/۰۷۸	۰/۱۶۴	۰/۰۶۰	۰/۶۵۴	اخلاق سازمانی
-۰/۰۰۲	۰/۷۱۶	۰/۲۳۸	-۰/۲۶۷	۰/۱۶۳	۰/۶۶۸	اخلاق اجتماعی
۰/۸۶۰	۰/۱۳۰	۰/۱۷۳	-۰/۰۷۳	۰/۰۰۸	۰/۷۹۱	نتایج ادراکی
۰/۸۴۸	-۰/۰۲۴	۰/۱۴۶	-۰/۰۷۵	۰/۱۴۸	۰/۷۶۹	نتایج عملکردی

منظور تمایز و مشخص ساختن مفهوم نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی صورت گرفت. شاخص اندازه کفایت نمونه یعنی KMO و معناداری آزمون کرویت نمونه

پس از انجام تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم، میانگین نمرات هرکدام از مؤلفه‌ها مشخص شده و وارد تحلیل عاملی اکتشافی مرتبه سوم گردیدند. تحلیل عاملی مرتبه سوم به

عامل حدود ۵۷ درصد واریانس نمرات عوامل مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی را توضیح می‌دهند.

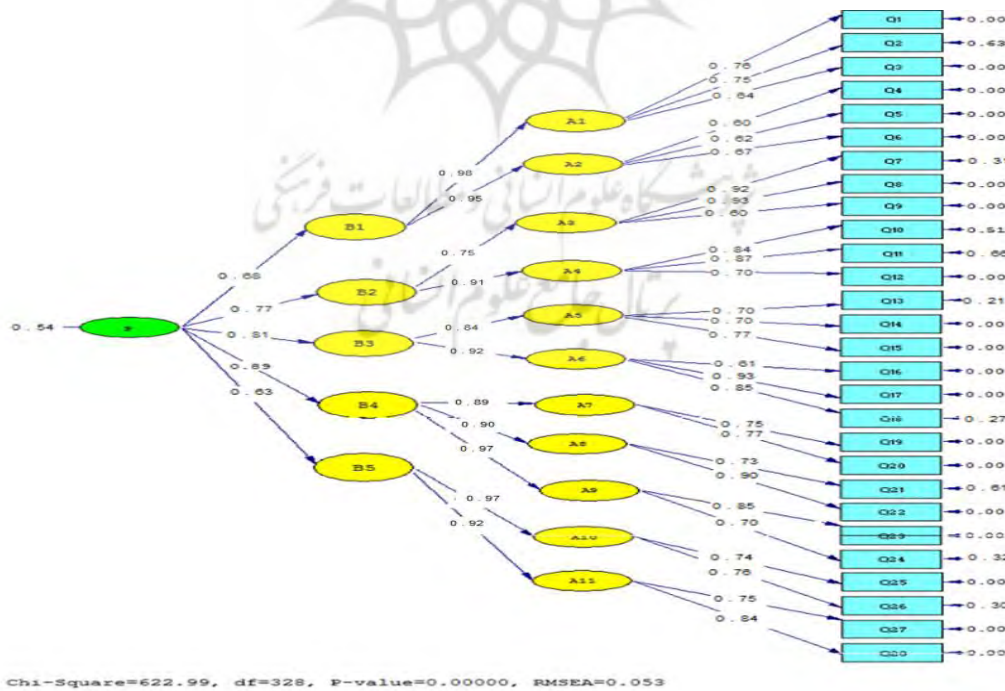
بارتلت در تحلیل عاملی اکتشافی توسط SPSS به ترتیب برابر ۰/۷۲۸ و ۰/۰۰۰ است. همانطور که از جدول ذیل مشخص است ۵ بعد در ۱ طبقه خلاصه شدند. همچنین این ۱

جدول ۲. ماتریس عاملی (همبستگی) تحلیل عاملی اکتشافی مرتبه سوم مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی

عامل استخراج شده (مفهوم شناسایی شده)	نسبت اشتراک	ابعاد
نظام پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی		
۰/۷۶۵	۰/۵۸۵	مجموعه تمهیدات سازمان در جهت پاسخ به تبعات اقتصادی سازمان و مسائل اقتصادی جامعه بالاخص جامعه محلی
۰/۶۸۵	۰/۶۶۹	مجموعه تمهیدات سازمان در جهت پاسخ به تبعات اجتماعی سازمان و مسائل اجتماعی جامعه بالاخص جامعه محلی
۰/۸۱۳	۰/۶۶۱	مجموعه تمهیدات سازمان در جهت پاسخ به تبعات زیست محیطی سازمان و مسائل زیست محیطی جامعه بالاخص جامعه محلی
۰/۸۵۷	۰/۷۳۴	مجموعه تمهیدات سازمان در جهت پاسخ به تبعات اخلاقی سازمان و مسائل اخلاقی جامعه بالاخص جامعه محلی
۰/۶۴۱	۰/۷۱۱	مجموعه نتایج و دستاوردها

اجتماعی سازمانی استفاده شده که شاخص های برازش مدل نشان دهنده این است ، مدل دارای برازش نسبتاً خوبی است زیرا کای دو به درجه آزادی آن کمتر از ۳ بوده ، همچنین RMSEA نیز کمتر از ۰/۰۸ است.

در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم از مؤلفه های پرسشنامه به ابعاد مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی رسیدیم. در ادامه از تحلیل عاملی مرتبه سوم برای رسیدن به مفهوم پاسخ‌گویی



نمودار ۱. مدل اندازه گیری مفهوم نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی در حالت تخمین استاندارد مرتبه سوم

نتیجه‌گیری

با عنایت به تحلیل داده‌ها و شناسایی شاخص‌ها، مولفه‌ها و ابعاد مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی، الان می‌توان وضعیت پاسخ‌گویی اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران را براساس جدول متناظر طیف لیکرت مقیاس رتبه‌ای کیفی به کمی امتیازبندی نمود و با اتکا بر آن چهار سطح ضعیف یعنی اهمال در پاسخ‌گویی، متوسط یعنی اشتها به پاسخ‌گویی، خوب یعنی اهتمام به پاسخ‌گویی و عالی یعنی کمال و تعالی در پاسخ‌گویی را تعیین نمود تا قابلیت سطح بندی و شناسایی وضعیت هر سازمان دولتی در خصوص پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی تشخیص داده شود. در جهت ایجاد یک پیشران و

محرك برای یک نوع التزام سازمانی در قبال مسئولیت‌های اجتماعی، ارایه سطح بندی، تعیین موقعیت و جایگاه سازمان از نظر وضعیت پاسخ‌گویی اجتماعی اش نسبت به مدل یا سازمان‌های دیگر ضرورت دارد که جهت تسهیل این امر می‌توان از هرم امتیاز ذیل بهره جست که از نتایج پژوهش است در این هرم موقعیت درصد امتیاز تا ۲۵ به نام سطح اهمال، درصد امتیاز از ۲۵ تا ۵۰ به نام سطح اشتها یا متوسط، درصد امتیاز از ۵۰ تا ۷۵ به نام سطح اهتمام یا خوب و درصد امتیاز ۷۵ تا ۱۰۰ به نام سطح کمال یا عالی نام گذاری شده است.

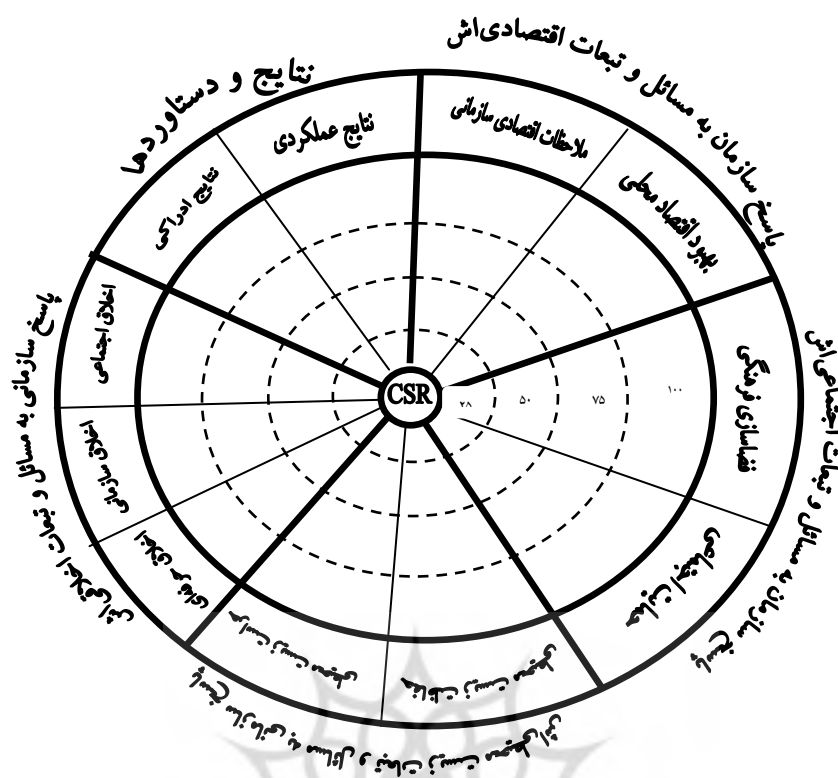


نمودار ۲. هرم درصد امتیاز سازمان از نظر پاسخ‌گویی اجتماعی

امتیاز ۲۵ بوده نمایانگر سطح اهمال و لایه دوم که دارای حداکثر درصد امتیاز ۵۰ بوده نمایانگر سطح اشتها و لایه سوم که دارای حداکثر درصد امتیاز ۷۵ بوده نمایانگر سطح اهتمام و لایه چهارم که دارای حداکثر درصد امتیاز ۱۰۰ بوده نمایانگر سطح کمال است. درصد نمره برحسب فرمول ذیل قابل تعیین است. با توجه به امتیازات کسب شده می‌توان سطح و وضعیت هر سازمان را در ابعاد و مولفه‌های پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی را شناسایی و میزان مقایسه بین سازمانی را در این خصوص انجام داد

هر بعد دارای مولفه‌های ذریبط خود هستند و هر مولفه دربرگیرنده چندین سنجه و شاخص است که برای سنجش هر شاخص با توجه به رتبه‌ای بودن مقیاس آنان از خیلی زیاد تا خیلی کم و بهره‌گیری از طیف لیکرت جهت کمی‌سازی نظردهی می‌توان به اعدادی جهت تشخیص وضعیت پاسخ‌گویی اجتماعی در سازمان‌های دولتی رسید. براساس شکل بالا و با الهام از مدل ارزیابی فرهنگ دنیسون می‌توان نمودار کلوجه‌ای را به شکل ذیل ارایه که بیانگر وضعیت سازمان در ابعاد و مولفه‌های پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی است. مدل مذکور دارای چهارلایه، که هر لایه بیانگر یک سطح از پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی است. لایه اول که دارای حداکثر درصد

$$\frac{100 \times \text{امتیاز کسب شده}}{\text{حداکثر امتیاز سطح مذکور}}$$



شکل ۱. مدل راداری امتیازدهی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمان

همان‌طور که داده‌های جمع‌آوری شده در خصوص شکل‌گیری مدل نشان داد مدل دارای ۵ بعد، ۱۱ مولفه و ۲۸ شاخص است امتیازبندی و سطح بندی وضعیت موجود پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی را در هر سازمان دولتی فراهم آورد و علاوه بر شناخت وضعیت موجود مفهوم فوق‌الذکر، بستری نیز جهت قیاس بین سازمانی را نیز بوجود آورد. یک مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های بدست آمده نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمان‌های دولتی با بندهای سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در بخش نظام اداری در سال ۱۳۸۹ به ترتیب ذیل است:

همان‌طور که قبلاً در چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش هم مفروض بود مدل پیشنهادی چهار حوزه کلیدی و اثرگذار را به همراه نتایج حاصله بعنوان اجزای ابعاد مفهوم پاسخ‌گویی اجتماعی در نظر گرفته تا سازمان‌های بخش دولتی بتوانند از طریق تصمیمات و اقداماتشان این ابعاد پنجگانه را مورد توجه قرار دهند. در شناسایی اجزا سعی شده تا از اسناد، انتظارات، راهبردها، برنامه‌ها و سیاست‌های بالادستی نظام اداری مثل برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه و پیش‌نویس الگوی پیشرفت ایرانی اسلامی، بیانات امام خمینی (ره) و همچنین ارزش‌ها و هنجارهای جامعه هم بهره‌گرفته شود به طوری که تاحدودی جنبه بومی بودن مدل بیشتر جلوه‌گر شود.

جدول ۳. مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی با سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری

شاخص‌های مدل نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمان‌های دولتی ایران	بند‌هایی از سیاست‌های کلی نظام اداری کشور
شاخص ۱۱: رعایت حقوق اقلیت‌های جنسیتی، مذهبی و ..	بند ۲: عدالت محوری در جذب، حفظ و ارتقای منابع انسانی
شاخص ۶: شفافیت مالی اقتصادی سازمان	بند ۱۳: شفافیت داشتن
شاخص ۹: اهتمام در آگاه‌سازی شهروندان محلی جهت بهره‌مندی بهتر از خدمات سازمان	بند ۱۸: آگاهی بخشی مردم نسبت حقوق سازمان در قبال آنها
شاخص ۴: صرفه‌جویی در اموال عمومی	بند ۲۱: حفظ بیت‌المال
شاخص ۳: جبران سریع خسارات وارده و پرداخت‌های قانونی	بند ۲۳: جبران خسارت وارده بر مردم بر اثر تصمیمات نظام اداری
شاخص ۲۱: تدوین و آموزش منشور اخلاقیات	بند ۲۴: رشد ارزش‌های اخلاقی در نظام اداری
شاخص ۲۳: نوع دوستی و دگرخواهی	بند ۱: رعایت کرامت انسانی و ارج نهادن به سرمایه‌های انسانی

همچنین در یک مقایسه تطبیقی دیگر بین شاخص‌های نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمان‌های دولتی با قانون مدیریت خدمات کشوری موارد قابل ذکر به ترتیب ذیل است. بندها و قوانین از منبع طباطبایی ۱۳۹۱ گرفته شده است:

جدول ۴. مقایسه بین شاخص‌های نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی با قانون مدیریت خدمات کشوری

شاخص‌های مدل نظام ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمان‌های دولتی ایران	موادی از قانون مدیریت خدمات کشوری
شاخص ۱۰: همکاری و حمایت از تشکلات مردمی محلی	ماده ۲۲: دستگاه‌های دولتی مکلف به تقویت و حمایت از بخش‌های غیردولتی اند
شاخص ۲۱: تدوین و آموزش منشور اخلاقیات	ماده ۲۵: رعایت موازین اخلاق اداری و امضا منشور اخلاقیات
شاخص ۹: اهتمام در آگاه‌سازی شهروندان محلی جهت بهره‌مندی بهتر از خدمات سازمان	ماده ۲۶: دستگاه‌های دولتی مکلف به آشنا نمودن مردم به حقوقشان نسبت به سازمان هستند
شاخص ۵: ارزیابی خدمات ارزان به شهروندان	ماده ۳۶: دستگاه‌های دولتی مکلفند با اصلاح فرایندهای انجام کار هزینه خدمات را تقلیل بخشند
شاخص ۴: صرفه‌جویی در اموال عمومی	ماده ۳۹: دستگاه‌های دولتی مکلف به صرفه‌جویی و بهره‌برداری مناسب از فضاهای اداری و حذف هزینه‌های غیر ضرورند

منابع

- قاهری، مرضیه (۱۳۸۹): "مسئولیت اجتماعی سازمان و ضرورت توجه به آن"، پژوهش نامه مسئولیت اجتماعی سازمان ها، شماره ۴، نشر پژوهشکده تحقیقات راهبردی
- قلی پور، رحمت الله (۱۳۸۷): "تصمیم‌گیری سازمانی و خط مشی‌گذاری عمومی"، نشر سمت
- میرعباسی، رمضان و شریفی، عیسی (۱۳۸۹): "خادمیت: رویکرد نوین در مدیریت"، انتشارات آذرخش
- یعقوبی، نورمحمد (۱۳۸۹): "مدیریت دولتی: سیر اندیشه‌های نوین"، انتشارات سمت
- احمدی، کیومرث (۱۳۹۱): "طراحی مدلی جهت ارزیابی پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران"، رساله دکتری منتشر نشده، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- احمدی، کیومرث؛ الوانی، سید مهدی و امیری، مقصود (۱۳۹۱): "از اخلاق اجتماعی سازمانی تا پاسخ‌گویی اجتماعی سازمانی": فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هفتم شماره ۱
- الوانی، سید مهدی (۱۳۸۶): "مدیریت عمومی"، تهران نشر نی.
- اشتریان، کیومرث (۱۳۸۶): "سیاست‌گذاری عمومی ایران"، نشر بنیاد حقوقی میزان
- پورعزت، اصغر (۱۳۸۷): "مبانی دانش اداره و امور دولت"، انتشارات سمت.
- دانایی فرد، حسن (۱۳۸۷): "چالش‌های مدیریت دولتی در ایران"، انتشارات سمت
- خداوردی، علی (۱۳۸۳): "پاسخ‌گویی در نظام مردم‌سالاری دینی". فصلنامه تحولات سیاسی، نشر ناچا
- شافعی، رضا و احمدی، کیومرث (۱۳۹۲): "مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی: تعاریف، مفاهیم و مدل‌ها"، انتشارات سمت
- طباطبایی، سیداحمد (۱۳۹۰): "تبیین سیاست‌های کلی نظام اداری کشور: انتشارات فرآزما پردازش
- علی احمدی، علی رضا (۱۳۹۰). "پیش‌طرح الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت"، انتشارات تولید دانش
- Boone, & Kurtz, L, D. (2002). "Management" New York: Mc Graw Hill
- Ecimovic.T & Esposito.M.(2008), "The Individual and Corporate Social Responsibility", ANSTED University Malasia, PP:1-7
- Jenny.F & Eshani.B.(2004), "Corporate Social Responsibility and Citizenship", Working Paper, Vol 44, No6.
- John. M (2006), "Corporate Social Responsibility: The 3C-SR Model" Internation Journal of Social Economics, Vol33, PP:5-6
- Jonker, j & De witte, M.(2006), "Management Models for Corporate Social Responsibility", Springer Berlin.
- Peter. K.(2001), "corporate Social Responsibility Audit within a Quality" Management Frome work Journal of Business Ethics, Vol 131

- Ubius, U & Alas, Ruth, (2009), " *Ruth Alas Organizational Culture Types as Predictors of Corporate Social Responsibility*", Engineering Economics , Vol 61, No, pp:90-99
- Sheikh, S,R & Beise, R (2011), " *Corporate Social Responsibility or Cause-Related Marketing? The Role of Cause Specificity of CSR*", Journal of Consumer Marketing, Volume 28, Number 1, pp: 27° 39

