

تلفیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار دانشگاه و جهش تولید

لاله صالحی^{۱*}، فیض‌الله منوری فرد^۲

1. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
(lsalehi@razi.ac.ir)
2. دکتری آموزش کشاورزی و مدرس گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
(monavvarifard@ut.ac.ir)

چکیده

رونق و جهش تولید به عنوان یکی از بنیان‌های توسعه‌ی پایدار اقتصادی در هر کشوری محسوب می‌شود. رونق تولید به کاهش نرخ بیکاری، حاشیه‌نشینی، شغل‌های کاذب، فرار مغزها، شکوفایی خلاقیت، ارز آوری، رفاه اجتماعی، و بهبود کیفیت زندگی کمک شایان توجهی می‌کند. اما، رونق تولید به خودی خود ایجاد نمی‌شود و مستلزم توجه به عامل‌های مختلف و داشتن نگاه سیستمی به مجموعه‌ی عامل‌های اثرگذار است. استدلال شده است که یکی از مهمترین عامل‌های اثرگذار بر رونق و جهش تولید، آموزش‌های با کیفیت دانشگاهی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه در قبال دانش‌آموختگان خویش و شناسایی و ارائه‌ی راه‌حلهایی برای مشکلات اجتماعی موجود در جامعه است. توجه دانشگاه به تلفیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار خویش موجب پدید آمدن برون‌دادهایی در سطح فردی، سازمانی، و محیطی می‌شود که می‌توانند در ایجاد جهش تولید بسیار مفید و تأثیرگذار باشند. این پژوهش در تلاش است که نحوه‌ی تلفیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار دانشگاه و اثر آن بر جهش تولید را تبیین نماید.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه، جهش تولید، ساختار دانشگاه، تفکر سیستمی

مقدمه

طبق نظر تیلور^۱ (2010)، نگارنده‌ی کتاب «بحران در محیط‌های دانشگاهی: طرحی برجسته برای بازطراحی دانشکده‌ها و دانشگاه‌های ما» نظام آموزش عالی شکسته شده است و نیاز به تعمیرات اساسی دارد. کیفیت در نظام آموزش عالی رو به کاهش است و دانشگاه‌ها دانشجویان را به اندازه‌ی کافی برای زندگی در جهان رقابتی و دائماً در حال تغییر آماده نمی‌کنند (10).

آموزش عالی امروزی برای پایدار شدن باید مانند یک شرکت تجاری رفتار کند. همچنین، آموزش عالی کنونی برای تاب‌آوری در برابر مشکلاتی که با آن روبرو است باید به عنوان یک «نهاد فروشنده‌ی خدمات با کیفیت» در نظر گرفته شود که دانش‌آموختگانی با دانش و واجد شرایط لازم برای کمک و اثرگذاری مثبت بر جامعه تربیت می‌کنند. برای دانشجویان، آموزش عالی به معنای اشتغال است. در بسیاری از موارد، آموزش عالی برای آنها به معنای شغلی است که درآمد بیشتری در مقایسه با آموزش دوره‌ی متوسطه فراهم کند (6). برخی از دانشگاه‌ها محصولاتی (دانش‌آموختگانی) تولید می‌کنند که هیچ بازاری برای آن وجود ندارد (به عنوان مثال، تربیت دانش‌آموختگان در مقطع دکتری برای عضویت در هیأت علمی دانشگاه‌ها در حالی که دانشگاه‌ها گنجایش استخدام این حجم از دانش‌آموختگان را ندارند). افزون بر این، برنامه‌های کارشناسی ارشد و دکتری در برخی موارد بسیار طولانی شده است. به‌طوری که دانشجویان نمی‌توانند آن را تا قبل از 30 سالگی به اتمام برسانند و هنگامی که دانش‌آموخته می‌شوند هزینه‌ای معادل با خرید یک ساختمان معمولی خرج کرده‌اند و هیچگونه ضمانت شغلی نیز برای آنها وجود ندارد (10). برای تاب‌آوری در برابر این مشکلات، هر موسسه‌ی آموزش عالی نیاز به توسعه و توجه به مزایای

* نویسنده‌ی مسئول

¹ Taylor

رقابتی خویش دارد. شفافیت، اهداف تعریف شده، رهبری قوی، و طرح‌های ارتباطی هوشمندانه مورد نیاز است. بر اساس چالش‌های به وجود آمده برای تاب‌آوری دانشگاه‌ها، مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه (USR)^۲ در ادبیات آموزش عالی پدیدار گشت که در ادامه به تعریف آن و جایگاه «USR» در رونق کسب‌وکار و جهش تولید اشاره خواهد شد. اما پیش از آن لازم است که مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR)^۳ تشریح گردد.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی

منشاء ایده‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی به جامعه‌ی تجاری و کسب‌وکارها بر می‌گردد. در دهه‌ی 1930 تمرکز کسب‌وکارها بر دستیابی به بیشترین سود از طریق تبلیغات بود. در دهه‌های بعدی بحث‌های مهبجی در زمینه‌ی نقش برجسته‌ی شرکت‌های تجاری در جامعه شکل گرفت و پژوهشگران و دانشگاهیان پژوهش‌هایی در زمینه‌ی ارتباط بین کسب‌وکارها با مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام دادند. بر این اساس، مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی به عنوان بخش مهمی از مدیریت کسب‌وکارها توسعه یافت. از آن زمان، مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی دستخوش تغییرات زیادی شده است. این تغییرات ناشی از نگاه متمایز رشته‌های مختلف به مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. یک جریان پژوهشی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان فعالیت‌های داوطلبانه‌ی یک شرکت می‌نگرد که هدف آن ارتقاء منافع اجتماعی است (5). اقتصاددانان کلاسیک مانند فریدمن^۴ (1970) بر این موضوع تأکید دارند که حداکثرسازی سود و اطاعت از قانون جوهره‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است. پژوهشگرانی مانند باکمن^۵ (1975) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به عنوان فعالیت‌های انجام شده توسط یک شرکت فراتر از روابط اقتصادی و حقوقی در نظر می‌گیرند که هدف آن بهبود رفاه اجتماعی است. (1). استاینر^۶ (1972) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به صورت یک طیف تعریف می‌کند که یک سمت این طیف «اقتصاد سنتی» و سمت دیگر آن «انتظار فراتر از واقعیت»^۷ است (8). در میان همه‌ی تعاریف، هرم کارول^۸ (1979، 1991) یکی از مهمترین چارچوب‌های ارائه شده است که به‌طور گسترده‌ای توسط دیگر پژوهشگران و سازمان‌ها به‌کار گرفته می‌شود. این هرم، مسئولیت‌های یک کسب‌وکار را در سطوح سلسله‌مراتبی به شکل اقتصادی، قانونی، اخلاقی، و بشردوستانه ارائه کرده است. این ساختار بیان می‌دارد که مسئولیت‌های قانونی و اقتصادی سازمان‌های یک نظام کسب‌وکار محسوب می‌شوند اما مسئولیت‌های اخلاقی به انجام کارهای صحیح از سوی سازمان اشاره دارد حتی اگر انجام آن کارها برای سازمان هزینه‌هایی در بر داشته باشد (2) (3).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه

برخی از محققان به پیشرفت تعریف USR کمک شایان توجهی کرده‌اند. رایزر^۹ (2008) در تعریف USR بر مدیریت اثرات دانشگاه تأکید کرده است و آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «تعهد اخلاقی جامعه‌ی دانشگاهی (شامل دانشجویان، اعضای هیأت علمی، و سایر کارکنان) نسبت به ارتقاء سطح توسعه‌ی پایدار از طریق مدیریت مسئولانه‌ی اثرات آموزشی، شناختی، و کاری ایجاد شده توسط دانشگاه در تعاملی پویا و دو طرفه با جامعه» (7). واسیلسکو و همکاران^{۱۰} (2010) برای تعریف USR، دانشگاه را از نقطه‌نظر شهروندی مفهوم‌سازی کردند. بر این اساس، آنها USR را به عنوان «نیاز به تعهد مدنی و شهروندی فعال تعریف کردند که به معنای انجام فعالیت‌های داوطلبانه از سوی دانشگاه در زمینه‌ی استفاده از رویکردهای اخلاقی برای توسعه‌ی رفتار شهروندی است که از طریق تشویق دانشجویان، اعضای هیأت علمی، و سایر کارکنان دانشگاه در زمینه‌ی ارائه‌ی

² University Social Respodibility (USR)

³ Corporat Social Responsibility (CSR)

⁴ Friedman

⁵ Backman

⁶ Steiner

⁷ Expectation beyond reality

⁸ Carroll

⁹ Reiser

¹⁰ Vasilescu et al.

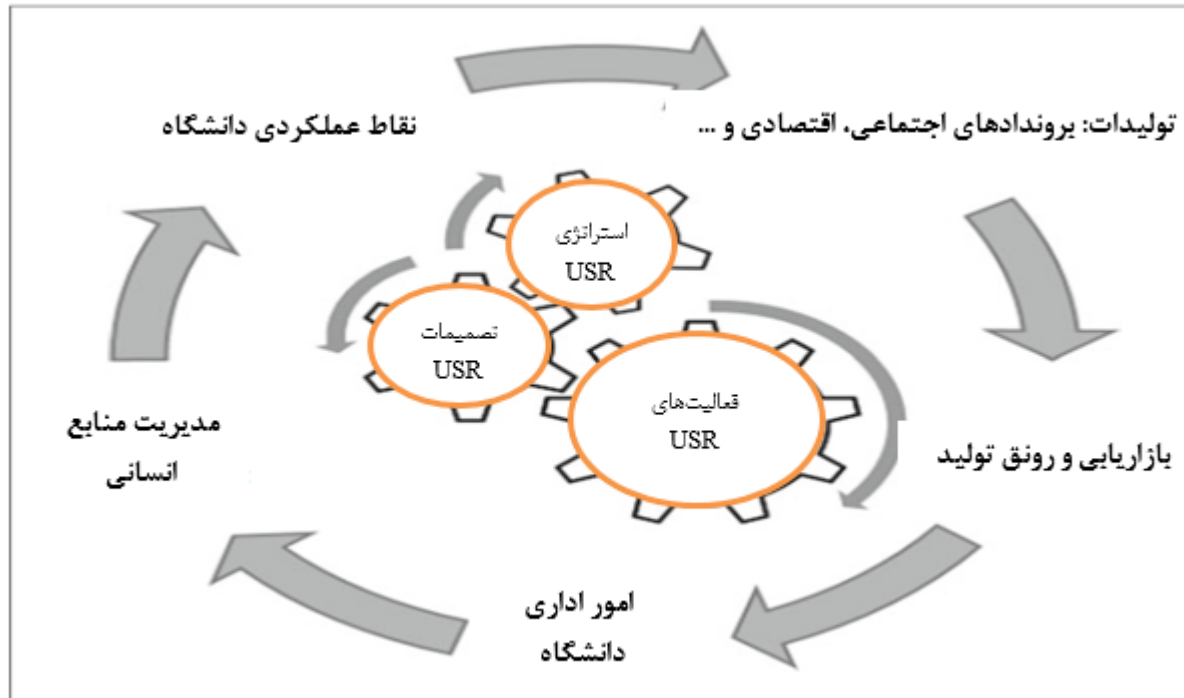
خدمات اجتماعی به جامعه‌ی محلی یا ترویج تعهدات زیست‌محیطی برای ایجاد توسعه‌ی پایدار محلی و جهانی، انجام می‌گیرد» (9).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی از دیدگاه سیستمی

با پیروی از دیدگاه نظریه‌ی سیستم‌ها (4) می‌توان مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به عنوان یک سیستم تصور کرد که دروندادهایی را دریافت و آنها را پس از طی یک فرایند به برخی از برون‌دادهای تبدیل می‌کند. برون‌دادهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سه سطح تحلیل می‌شوند: فردی، سازمانی، و محیطی. هر چند که مطالعات در سطح فردی عمدتاً بر مدیران شرکت تمرکز دارد، این توجه در سطح سازمانی بیشتر بر اثرات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی بر کارکنان، عملکرد مالی، شهرت، و یا اعتبار سازمان متمرکز است. در سطح محیطی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه می‌تواند به توسعه‌ی اقتصادی، توسعه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان، توسعه‌ی تکنولوژی، پایداری زیست‌محیطی، رفاه اجتماعی، بهبود کیفیت زندگی و ... کمک کند که هر یک از این موارد، مؤلفه‌ای بنیادین برای رونق کسب‌وکارها و جهش تولید محسوب می‌شوند.

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب ارائه شده درباره‌ی اهمیت و نقش CSR و USR در حرکت جوامع به سوی توسعه‌ی پایدار (اجتماعی، اقتصادی، و زیست‌محیطی)، مشخص می‌شود که تلفیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار دانشگاه‌ها می‌تواند به رونق و جهش تولید به عنوان یکی از مهمترین جنبه‌های پایداری اقتصادی کمک شایان توجهی نماید. تلفیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار دانشگاه در سطح فردی موجب توسعه‌ی توانمندی‌های نیروی کار مورد نیاز صنعت، بروز ایده‌های خلاقانه، ارتقاء کیفیت نیروی کار یا پرورش نیروی کار ماهر و آشنا به دانش روز، و موارد بشمار دیگری می‌شود که به عنوان یکی از ارکان مهم رونق تولید محسوب می‌شوند (USR موجب ارتقاء دانش کیفی و مهارتی دانش‌آموختگان یا منابع انسانی مورد نیاز رونق تولید می‌شود). مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه در سطح سازمانی موجب توجه مدیران، اعضای هیأت علمی، کارکنان، و دانشجویان به مسائل و موانع پیش‌روی رونق تولید از جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیکی و ... می‌شود که در نهایت، موجب ارائه‌ی راهکارهایی برای حل این مشکلات از سوی جامعه‌ی دانشگاهی می‌شود و به رفع موانع پیش‌رو کمک شایان توجهی خواهد کرد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه در سطح محیطی موجب توسعه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان یکی از مهمترین گام‌های رونق و جهش تولید در جامعه و فراهم شدن زمینه‌های صادرات محصولات با کیفیت می‌شود که این امر به نوبه‌ی خود بر رفاه اجتماعی و چرخه‌ی بالا رونده‌ی رونق تولید (پدید آمدن علاقه به توسعه‌ی کسب‌وکار با توجه به مزایای اقتصادی آن) کمک خواهد کرد. در واقع، پدیده‌ی رونق و جهش تولید موضوعی است که نمی‌توان آن را به عنوان یک جزء جداگانه از سایر فعالیت‌ها و کارکردهای جامعه در نظر گرفت بلکه باید دیدگاهی سیستمی به آن داشت. در این دیدگاه سیستمی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه می‌تواند نقش قابل توجهی ایفا کند. این نقش در نگاره‌ی (1) به خوبی قابل درک است.



نگاره‌ی ۱- جایگاه تلفیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ساختار دانشگاه و اثرگذاری آن بر جهش تولید

منابع

1. Backman, J. (Ed.). (1975). *Social responsibility and accountability*. New York University Press.
2. Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
3. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
4. Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1972). General systems theory: Applications for organization and management. *Academy of management journal*, 15(4), 447-465.
5. Manne, H. G., & Wallich, H. C. (1972). *The modern corporation and social responsibility*.
6. Murphy, S. D., & Eddy, J. (Eds.). (1998). *Current issues in higher education: Research and reforms*. University Press of America.
7. Reiser, J. (2008). University social responsibility definition. *Pobrane z: http://www.usralliance.org/resources/Aurilla_Presentation_Session6.Pdf*.
8. Steiner, G. A. (1972). Social policies for business. *California Management Review*, 15(2), 17-24.
9. Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M., & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4177-4182.
10. Ver Taylor, M. (2010). Crisis on Campus.

Integrating social responsibility into university structure and its effect on leap of production

Laleh Salehi^{1*}, Feyzallah Monavvarifard²

1. Assistant Professor of Agricultural Extension and Education Department, College of Agriculture & Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran
(E-mail: lsalehi@razi.ac.ir)
2. Ph.D. of Agricultural Education and Lecturer in Department of Management and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran
(E-mail: monavvarifard@ut.ac.ir)

Abstract

Leap of production have been considered as one of the fundamental bases for sustainable economic development. Reducing unemployment, marginalization, bogus jobs, creative flourishing, social welfare, and improving quality of life are only part of beneficial of production leap. However, the leap of production does not occur by itself and it requires attention to various factors and having a systemic view of the set of influential factors. It has been argued that one of the most important factors influencing the prosperity and leap of production is academic educational quality and university social responsibility regard to graduates as well as identifying and providing solutions to social problems in society. Universities focusing on integrating social responsibility into their structures have result in individual, organizational, and environmental levels which they could be useful to creating a leap of production. Therefore, the manuscript attempt to explain how can be integrating social responsibility into universities' structure and how it can effect on the leap of production.

Keywords: University Social Responsibility, Leap of Production, University Structure, Systems Thinking