

بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان

وحید کرمی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۲/۱۸

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین سطح بعدهای مختلف مسئولیت اجتماعی بر سطح مدیریت اثربخش در خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان می باشد. روش تحقیق حاضر بر اساس هدف، کاربردی بوده و از نظر ماهیت توصیفی-همبستگی می باشد و نحوه گردآوری داده های توصیفی از شاخه پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را ۱۷۰ نفر از کارکنان خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان می باشد. جهت بررسی روایی از روایی محتوایی/صورری استفاده شده است. مقدار پایایی بدست آمده برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۷ می باشد. برای گردآوری اطلاعات نیز از روش کتابخانه ای و روش میدانی استفاده شده است. همچنین جهت بررسی رابطه بین متغیرها و تجزیه و تحلیل داده ها از تحلیل آمار با استفاده از نرم افزار SPSS23 استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی با اثربخشی خیرین حوزه سلامت برابر رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و هر سازمانی از نحوه عملکرد مدیریت خبر می دهد و بر میزان احساس مسئولیت و انجام وظایف و تحقق اهداف سازمانی اثر می گذارد.

واژگان کلیدی

مسئولیت اجتماعی، ابعاد مسئولیت اجتماعی، مدیریت اثربخش

۱. کارشناس ارشد مدیریت دولتی- توسعه منابع انسانی، خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان، ایران.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به معنی عملکرد خوب و به خوبی عمل کردن است. جهانی شدن اقتصاد، شرکت‌ها را بر آن داشته است تا به منظور کسب نتایج پایدار و مثبت در تجارت، محیط زیست و به طور کلی جامعه، ارزش‌ها و رسالت‌های اجتماعی را در تصمیم‌های خود در نظر بگیرند (کل^۱، ۲۰۰۵). مسئولیت‌پذیری اجتماعی ابزاری است برای بحث‌تعهداتی که یک سازمان باید نسبت به جامعه خود داشته باشد؛ شیوه‌ای است برای پیشنهاد ایده‌های سیاست‌گذاری در مورد عمل به تعهدات ذکرشده و نیز ابزاری است که به کمک آن می‌توان منافع دوجانبه سازمان و جامعه را در عمل به تعهدات، معین نمود. به بیان کلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارتباطات یک سازمان با ذی‌نفعانش تأکید می‌کند از زمانی که ارتباط بین نقش‌های اجتماعی، سیاسی، محیطی، اقتصادی در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمانها با پویایی‌های جدیدی مواجه شده‌اند. چالشی که سازمانها با آن روبرو هستند این است که آن‌ها باید هم‌زمان به افزایش سودآوری و پاسخ‌گویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس مدیریت هم‌زمان این دو پیامد به ظاهر متناقض که نیازمند توسعه استراتژی‌های کاربردی است و اثرات مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، دست یازند. پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان، از جمله سازوکارها و یا راهبردهای مؤثر در این خصوص است (مرتضوی، ۱۳۸۹). سازمانها باید اهداف خود را به نحوی تدوین نمایند که عل‌یرغم اینکه نتایج آن‌ها تأثیرات منفی بر جامعه برجای نگذارد، بر افراد جامعه تأثیر مثبت نیز داشته باشد؛ همین امر آغازی برای مطرح شدن مفهوم مسئولی‌پذیری اجتماعی سازمانها بود. مفهوم مذکور که از اواسط دهه ۱۹۵۰ میلادی مطرح گردید، عناصر خارج از سازمان نظیر مصرف‌کنندگان و سایر ذینفعان سازمان و رعایت حقوق آن‌ها را کانون توجه خود قرار داده است تا جایی که سازمان‌ها در قالب مسئولیت اجتماعی باید تلاش کنند تا تأثیر مثبت بر سایر اعضای جامعه داشته باشند و در این بین مصرفی‌تر شدن جامعه و طرح مفاهیمی نظیر رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، اهمیت این موضوع را دوچندان ساخته است (شریف‌زاده، ۱۳۹۶) مطالعه در خصوص اثربخشی سازمانی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ گسترش بیشتری یافت. صاحب‌نظران در این دو دهه دنبال آن بودند تا با جامع‌نگری و دقت بیشتر، تعریف‌های مناسب‌تری برای اثربخشی سازمانی ارائه دهند. تحقیقات تجربی هنوز به یک نظریه عمومی در مورد اثربخشی دست نیافته است. این در حالی است که ساخت اثربخشی به شکل عمیقی در ادبیات سازمانی شکل گرفته است. در سطح نظری بسیاری از محققان مطرح می‌کنند که اثر بخشی، موضوعی اصلی در تمام تجزیه و تحلیل‌های سازمانی است و تصور نظریه سازمان که شامل ساخت اثربخشی نباشد، مشکل است. همچنین ال‌فن ولسور (۲۰۰۹) نیز بیان می‌کند که مسئولیت‌های اجتماعی سازمانی در مدت زمان اندک، نمی‌تواند تأثیر چندانی بر عملکرد سازمان داشته باشد، اما می‌توان پیش‌بینی کرد در بلندمدت، تأثیر بسزایی در سبک مدیریت و نحوه رهبری سازمان داشته باشد. ویتالیانو (۲۰۱۰) نیز اذعان می‌کند که قبول مسئولیت اجتماعی از سوی سازمان‌ها، می‌تواند بین ۳ تا ۳٫۵ درصد نرخ ترک کار را کاهش دهد و در برخی سازمان‌ها این رقم تا ۲۵ درصد می‌رسد. این موضوع به ویژه در سازمان‌های

¹ Kell

غیر انتفاعی و غیر تجاری از اهمیت دوچندانی برخوردار بوده است و مسئولیت های اجتماعی، تأثیر بسزایی در نگرش و باور کارکنان از سازمان دارد. با توجه به هزینه های سنگین حوزه سلامت و محدود بودن بودجه های در اختیار این حوزه و علاقمندی خیرین در سرمایه گذاری مادی و معنوی در این بخش بنابراین نیاز حوزه سلامت بر اثربخشی می تواند در آنها مهم و تأثیر گذار می باشد؛ بنابراین بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر مدیریت اثربخش در خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان بسیار مهم و از این حیث در این تحقیق به آن پرداخته می شود. با توجه به مطالب مطرح شده، تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال است که بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش در خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان چه رابطه ای وجود دارد؟

اهمیت و ضرورت تحقیق

با توجه به اینکه استان لرستان با کمبودهایی که در زمینه سلامت مواجه است و همچنین محدودیت بودجه ای که در اختیار دارد بنابراین لازم می نماید که بخشی از این کمبود ها و مشکلات بدست خیرین حوزه سلامت این استان تحقق یابد. دانشگاه علوم پزشکی لرستان در زمینه جذب خیرین سلامت تلاش های مناسب و مستمری را انجام می دهد که نقش این دانشگاه را در جذب بیشتر و تدام همکاری خیرین سلامت با حوزه سلامت استان را بیشتر از پیش پررنگ می کند؛ بنابراین از آنجایی که بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و تأثیر آن بر مدیریت اثربخش در حوزه خیرین سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان مورد بررسی قرار نگرفته است، ضرورت مطالعه و بررسی تأثیر بعدهای مختلف مسئولیت اجتماعی بر مدیریت اثربخش احساس می شود. با این توضیح پژوهش پیش رو سعی دارد که به بررسی رابطه بین سطح بعدهای مختلف مسئولیت اجتماعی بر سطح مدیریت اثربخش در خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان بپردازد.

فرضیه تحقیق

بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش رابطه وجود دارد

مبانی نظری تحقیق

مفهوم و تعریف مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی

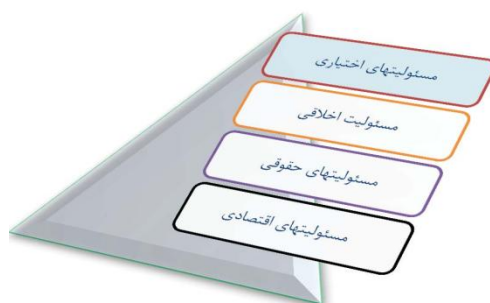
کمیسیون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان مفهومی تعریف می کند که به موجب آن شرکت ها ملاحظات اجتماعی و محیطی را در تعاملات و عملیات تجاری خود در ارتباط با ذینفعان خود، به صورت داوطلبانه رعایت می کنند (لای و همکاران^۱، ۲۰۱۵). مسئولیت پذیری، شرکت ها صرفاً شامل مسائل تجاری، کسب و کار و ابعاد اقتصادی نمی شود، بلکه امور اجتماعی و زیست محیطی را، به قصد به حداقل رساندن یا حذف هرگونه آثار مضر بر جامعه و به

¹ Lai et al

حداکثر رساندن سودرسانی به مردم و گروه‌های مختلف و در نهایت، کل جامعه را نیز در برمی‌گیرد (کاستاو منیچینی^۱، ۲۰۱۳).

چارچوب کارول

بدون شک در پیشینه تحقیق چارچوب کارول (۱۹۷۹) به عنوان پر استفاده ترین چارچوب عنوان شده است او عنوان می‌دارد که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها را می‌توان از چهار منظر مشاهده نمود که پرداختن به آنها موجب ارتقا کیفیت شهروندی هر بنگاه می‌گردد که این چهار دیدگاه عبارتند از: دیدگاه اقتصادی، دیدگاه حقوقی، دیدگاه اخلاقی و دیدگاه بشر دوستانه.



شکل ۱: هرم مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت (منبع: کارول، ۱۹۹۹)

جدول ۱: مقایسه مسئولیت اقتصادی و حقوقی

اجزا مسئولیت اقتصادی	اجزا مسئولیت حقوقی
به صورتی عمل شود که بیشترین سود به ازای هر سهم به دست آید	رفتار در راستای انتظارات دولت و قانون
تعهد بنگاه برای عمل به طریقی که در صورت امکان سودآور باشد	رفتار در راستای قوانین حقوقی و مقررات ملی و محلی
اهمیت حفظ موقعیت رقابتی	اهمیت اطاعت از قانون
الزامی بودن راندمان بالای شرکت	شرکت در صورتی موفق است که مطابق قوانین عمل کند
بنگاه طوری پی ریزی گردد که همیشه سودآور باشد	مهم است کالا و خدمات تولید شده از حداقل الزامات قانونی برخوردار باشند.

منبع: (کارول، ۱۹۹۹)

¹ Costa & Menichini

در جدول شماره ۲ برای این نوع از مسئولیت پذیری اجتماعی نیز خصوصیات ذکر شده است.

جدول ۲: مقایسه مسئولیت‌های اختیاری و اخلاقی

اجزا مسئولیت اختیاری (همنوع دوستی)	اجزا مسئولیت اخلاقی
این مهم است که بنگاه به صورتی عمل کند که سازگار با روحیه بشر دوستی بوده و در جهت انتظارات خیرخواهانه جامعه باشد	بنگاه باید در راستای انتظارات جامعه و اصول اخلاقی مورد پذیرش رفتار نماید
برای شرکت مهم است در پیشرفت هنر مشارکت داشته باشد	برای بنگاه اهمیت دارد که به هنجارهای جدید و در حال شکل گیری در جامعه توجه و به آنها احترام بگذارد
مهم است که مدیران و کارکنان شرکت در فعالیت‌های خیرخواهانه به صورت داوطلبانه شرکت داشته باشند	برای شرکت اهمیت دارد که در راستای رسیدن به اهداف اش از نظر اخلاقی به خطر نیفتد
برای شرکت مهم است که به موسسات آموزشی کمک کند	رعایت اخلاقیات می‌بایست ملاک شهروندی شرکت باشد
مهم است که بنگاه در پروژه‌هایی شرکت نماید که به بهبود کیفیت زندگی مردم کمک می‌کند	اهمیت دادن به رفتارهای اخلاقی می‌بایست فراتر از احترام به قوانین و مقررات باشد

منبع: (کارول، ۱۹۹۹)

مفهوم و تعریف اثربخشی

یکی دیگر از مفاهیم بنیادی در سازمان اثربخشی است. اثربخشی در چهار رویکرد مفهوم سازی شده است: اول رویکرد نیل به هدف، که اثربخشی را بر حسب میزان تحقق هدف های سازمانی و دست آوردهای نهایی که سازمان برای تحقق آنها پدید آمده است در نظر می گیرد. دوم رویکرد نظام مند، که اثربخشی سازمانی را بر پایه ی توانایی در به کارگیری و پردازش داده ها و راههای گوناگون دستیابی به آنها و حفظ پایداری و استواری سازمان تعریف می کند. سومین رویکرد، رویکرد عوامل استراتژیک است که اثربخشی سازمانی بر اساس تأمین انتظاراتی عوامل پیرامونی که پایداری سازمان نیازمند آنها است تعریف می شود و رویکرد چهارم، رویکرد ارزشهای رقابتی است که اثربخشی سازمانی را نیازمند شناسایی همه ی متغیرهای بنیادی تأثیرگذار بر کارکرد سازمان و چگونگی پیوند این متغیرها می داند (رابینز^۱، ۱۳۸۷)

¹ Robbins

آثار مسئولیت اجتماعی سازمان

مسئولیت اجتماعی برای سازمان آثار و پیامدهای فراوانی دارد که شناخت این آثار می‌تواند انگیزه‌ای برای سازمان‌ها در جهت انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود باشد. در زیر به آثار مثبت مسئولیت اجتماعی سازمان اشاره شده است. افزایش مشروعیت سازمان: امروزه در شرایط جهانی شدن و شبکه‌های گسترده اطلاعاتی از سازمان‌ها انتظار می‌رود در برابر مسائل محیط زیست، رعایت منافع جامعه، حقوق اقلیت‌ها و حساسیت ... داشته باشند. بنابراین سازمان‌ها ناچار به انجام اقدامات وسیع و گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجه غالب آنها نشان دادن وجه اخلاقی کارهای سازمان است. رفتار غیراخلاقی، محیط را برضد سازمان تحریک کرده موجب شکست سازمان می‌شود. افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان: مدیریت ارزش‌های اخلاقی در محیط کار، موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی را تقویت می‌کند، اعتماد در روابط بین افراد و گروه‌ها را بهبود می‌بخشد و با پیروی بیشتر از استانداردها موجب بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود سازمان می‌شود. با توجه به نقشی که انسان‌ها در سازمان‌های امروزی دارند، نوع قضاوت افراد در مورد سازمان و موضوع فعالیت‌شان تأثیر بسیار زیادی در کارایی و اثربخشی آنها و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمان دارد (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۰).

اهمیت توجه به مباحث مسئولیت اجتماعی

نظران رشته مدیریت، توجه می‌توان اذعان کرد که از دهه ۱۹۵۰، کارشناسان و صاحب‌خود را بیشتر به مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها معطوف کرده‌اند. تمام سازمان‌هایی که فقط سود و زیان خود را وزن می‌کردند. تحت فشار مردم و سازمان‌های مشابه دید خود را اندکی به فراتر از منافع صرف سازمان انداختند. دیگر به وضوح مشخص است که اعمال سازمان‌ها بر محیط بیرونی تأثیر بسزایی خواهد داشت و نمیتوان سود و زیان ناشی از سازمان‌ها بر جامعه را نادیده گرفت. جهت مسئولیت اجتماعی، در امتداد فواید اجتماع است. لذا تالش بر این بوده است که سود و زیان سازمان‌ها به گونه‌ای باشد که مردم هزینه اضافی متحمل نشوند. منظور از مسئولیت اجتماعی این است که سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند؛ لذا چگونگی فعالیتهای آنها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن، زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، سازمان‌های مربوط، ملزم به جبران آن باشند. به عبارت دیگر؛ سازمان‌ها نباید خود را مستقل از محیط بیرونی خود بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل؛ یعنی محیط بیرونی و اجتماع بدانند و باید اهداف و فعالیت‌های آنها در راستای آرمان‌های اجتماعی و رفاه و آسایش جامعه باشد. امروزه همه مدیران باید به کارهایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و بتوانند خود را با این مهم تطبیق منطبق با ارزش‌های آن باشد. (علیمرادی جویباری، ۱۳۹۷).

سازمان‌هایی که نمی‌توانند مدیریت در دهند، موفق نخواهند بود. پتر دراگر^۱ یکی از برجسته‌ترین صاحب‌این باره می‌گوید: سازمان‌های خصوصی به منظور حفظ مشروعیت خود و بقا در محیط، باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و

¹ Peter Drucker

اجتماعی نیز دارند. این نقش اجتماعی از این وی، خواه به طور عمد یا غیر عمد، صدمه ای به دیگران وارد شود، باید پاسخگو باشد. (مشبکی و خلیلی شجاعی، ۱۳۸۹)

سوابق و پیشینه داخلی و خارجی تحقیق

پیشینه و سوابق (داخلی)

وفایی یگانه و سنجدری (۱۳۹۴) در تحقیقی "به بررسی تأثیر مسئولیتهای اجتماعی سازمانی بر اثربخشی سازمانی" پرداختند. نتایج تحقیق، حاکی از آن است که رابطه بین بهبود و ارتقای مسئولیتهای اجتماعی سازمانی با تحقق اهداف سازمانی در بخشهای تولیدی و خدماتی در سطوح ملی و بین المللی تأیید شده است و بین عوامل مسئولیتهای اجتماعی سازمانی با مؤلفه های اثربخشی سازمانی، مانند تصویر ذهنی مشتریان، ابتکار و خلاقیت، تعهد و اخلاق نیروی انسانی، رضایت مشتریان و فروش یا سودآوری در سازمان، این رابطه معنادار، مثبت و قابل توجه بوده است. کاظم پور (۱۳۹۷) در تحقیق خود "به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با خدمات اجتماعی در سازمانهای دولتی استان کردستان" پرداختند. نتایج حاصل شده نشان داد: مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر خدمات اجتماعی دارد و همچنین ابعاد مسئولیت اجتماعی (مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه) به ترتیب با ضریب مسیرهای ۰/۸۰، ۰/۶۵، ۰/۹۳ و ۰/۷۴ تأثیر معناداری بر روی خدمات اجتماعی دارد. علیمردادی جویباری (۱۳۹۷) در تحقیق خود "به بررسی نقش اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان بر رضایتمندی و وفاداری مشتریان به برند" پرداخته است. نتایج حاصل شده حاکی از آن است که مسئولیت اجتماعی بر نگرش به برند، رضایتمندی از برند و وفاداری به برند تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین مسئولیت اجتماعی از طریق نگرش به برند بر رضایتمندی و وفاداری مشتریان تأثیر مثبت و معناداری دارد. شریعتمداری (۱۳۹۷) در تحقیق خود "به بررسی رابطه بین سلامت سازمانی با اثربخشی مدیران مدارس مدیریت آموزش و پرورش شهر تهران" پرداخت. نتایج نشان داد که بین کلیه ابعاد سلامت سازمانی (ساخت دهی، ملاحظه گری، پشتیبانی منابع، روحیه، تأکید علمی و یگانگی نهادی) و اثربخشی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد و اگر مدیران مدارس در به کاربردن روشهای ایجاد سلامت سازمانی تلاش کنند، اثربخشی مدارس آنها در تمام ابعاد بهبود خواهد یافت. جمشیدی (۱۴۰۰) در تحقیق خود "به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر اعتماد و وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان بیمه پاسارگاد)" پرداخت. نتایج نشان داد که مسئولی تاجتماعی سازمان بر اعتماد و وفاداری مشتری و مصرف کننده تأثیر مثبت دارد. همچنین رفتارهای فرانقشی و درون نقشی نیز بر اعتماد و وفاداری مشتری و مصرف کننده تأثیر مثبت دارند.

پیشینه و سوابق (خارجی)

لین و همکاران^۱ (۲۰۰۹) نیز در مطالعات خود بر روی ۱۰۰۰ شرکت تایوانی در بین سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۴، دریافتند که این سازمان ها از بخش تحقیق و توسعه به عنوان یک استراتژی کسب و کار که در ایجاد توسعه پایدار مؤثر است استفاده می کنند و به کمک های مالی و غیرمالی به مؤسسات خیریه به عنوان بخشی از مسئولیت اجتماعی شرکت اهمیت می

¹ Lin

دهند. بارتهورپ^۱ (۲۰۱۰) بیان می‌کند که بر خلاف آنچه به نظر می‌رسد که ممکن است مسئولیت های اجتماعی سازمانی باعث کاهش سودآوری و کارایی سازمان ها شود، نتایج حاکی از بهبود جایگاه سازمان ها در صنعت در صورت به کارگیری چنین رویکردهایی است. (بارتهورپ، ۲۰۱۰) گرین و پلوزا^۲ (۲۰۱۱) مقیاسی دو بُعدی را برای اندازه گیری فعالیت های انسانی و اجتماعی انجام شده در شرکت ها، تدوین کردند. همچنین مقیاس دیگری برای اندازه گیری عملکرد بازار و فعالیت های عملیاتی آنها ابداع و اتخاذ شد. عمده توجه این مقیاس، اندازه گیری عملکرد رفتارهای سازمانی بود که بر محیط پیرامون تأثیرگذار بودند. نتایج بررسی این محققان نشان می‌دهد که با افزایش مسئولیت های اجتماعی سازمانی و سطح پذیرش آنها، عملکرد سازمان ها به خصوص در قبال محیط زیست خود به شدت ارتقا یافته است. همچنین آنها در تحقیقی دیگر بیان می‌کنند یکی از اصلی ترین ابعاد اثربخش در بعد سازمانی ایجاد ارزش برای مشتریان است که می‌تواند با ایجاد ارزش افزوده، هدف بقای سازمانی را تضمین کند؛ و مسئولیت اجتماعی سازمانی اگر منطبق با تعریف مشتری از آن باشد، می‌تواند باعث برانگیخته شدن و جذب حمایت مشتریان شود و این کار به نوبه خود، برای مشتریان ارزش ایجاد می‌کند (گرین و پلوزا، ۲۰۱۱)

نوع روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-همبستگی و پیمایشی است. از آنجا که نتایج تحقیق می‌تواند در حل مشکلات مدیریت خیرین کمک کند کاربردی آن همچنین از آنجا که نتایج تحقیق به توصیف شرایط و جامعه مورد مطالعه می‌پردازد در دسته تحقیقات توصیفی قرار می‌گیرد و چون محقق مستقیماً در محیط تحقیق بصورت میدانی به جمع آوری اطلاعات می‌پردازد جزء تحقیقات پیمایشی محسوب می‌شود.

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری تحقیق

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی کارکنان که در خیرین حوزه سلامت استان لرستان می‌باشد. به استناد گزارش کارکنان که در خیرین حوزه سلامت استان لرستان، حجم جامعه ۲۰۰ نفر گزارش شده است. با پیش‌بینی عدم بازگشت تعدادی از پرسشنامه‌ها، تعداد ۲۰۰ پرسشنامه بین کارکنان توزیع گردید و از این تعداد ۳۰ پرسشنامه برگشت داده نشد. در نهایت ۱۷۰ پرسشنامه واجد شرایط در فرآیند تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل عبارت است از روشی که از طریق آن کل فرایند پژوهشی، از انتخاب مسأله تا دسترسی به یک نتیجه هدایت می‌شود. تجزیه و تحلیل داده های آماری در این تحقیق بوسیله نرم افزار SPSS²⁴ انجام شده است.

¹ Barthorpe

² Green, Pelloza

یافته‌های جمعیت‌شناختی

مشخصات پاسخگویان در این مطالعه با استفاده از چهار وضعیت جنسیت، سن، میزان تحصیلات در خیرین حوزه سلامت استان لرستان مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۳: توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت

ردیف	جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
۱	مرد	۱۵۸	۰/۹۳
۲	زن	۱۲	۰/۰۷
	مجموع	۱۷۰	۱۰۰

جدول ۴: توزیع پاسخگویان بر حسب طبقه سنی

ردیف	سن	فراوانی	درصد فراوانی
۱	۳۰-۲۰	۳۲	۰/۱۸
۲	۴۰-۳۰	۴۳	۰/۲۵
۳	۵۰-۴۰	۵۸	۰/۳۴
۴	۶۰-۵۰	۲۵	۰/۱۴
۵	+۶۰	۱۲	۰/۰۷
	مجموع	۱۷۰	۱۰۰

جدول ۵: توزیع پاسخگویان بر حسب تحصیلات

ردیف	تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
۱	دیپلم	۰	۰
۲	فوق دیپلم	۲۰	۰/۱۱
۳	لیسانس	۴۶	۰/۲۸
۴	فوق لیسانس	۹۵	۰/۵۵
۵	دکتری	۹	۰/۰۵
	مجموع	۱۷۰	۱۰۰

منبع: (یافته‌های پژوهش ۱۴۰۱)

یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار متغیرهای اصلی پژوهش در جدول ۲ گزارش شده است.

وضعیت توصیفی متغیرهای پژوهش

جدول ۶: شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق (ابعاد مسئولیت اجتماعی)

		بشر دوستانه	قانونی	اخلاقی	اقتصادی
N	Valid	۱۷۰	۱۷۰	۱۷۰	۱۷۰
	Missing	۰	۰	۰	۰
میان		۴/۰۸۳	۳/۷۲۰	۳/۷۶۱	۳/۵۰۴
مد		۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۵۰	۳/۶۰
انحراف معیار		۵/۹۴۶	۶/۳۱۰	۹/۶۸۳	۷/۴۵۳
واریانس		۰/۳۵۴	۰/۳۹۸	۰/۹۳۸	۰/۵۵۵

جدول ۷: شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق (مدیریت اثربخش)

		نوآوری سازمانی	تعهد سازمانی	رضایت شغلی	سلامت سازمانی
N	Valid	۱۷۰	۱۷۰	۱۷۰	۱۷۰
	Missing	۰	۰	۰	۰
میان		۴/۰۳۵	۴/۲۱۰	۴/۵۲۳	۳/۲۰۱
مد		۴/۰۵	۳/۱۰	۴/۴۱	۴/۱۶
انحراف معیار		۰/۷۴۱	۰/۷۰۹	۰/۷۹۲	۰/۸۵۷
واریانس		۰/۳۷۱	۰/۱۱۳	۰/۴۱۴	۰/۳۲۴

ماخذ (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

آزمون فرضیه‌های پژوهش

چون متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند پس باید از آزمون‌های پارامتریک استفاده شود، جهت بررسی فرضیه پژوهش، چون تاثیر متغیر مستقل بر وابسته در فرضیه باید مورد بررسی قرار بگیرد، از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون اینتیریا توام جهت بررسی فرضیه پژوهش استفاده می‌شود.

❖ بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش رابطه وجود دارد

با توجه به فرضیه تحقیق "رابطه معناداری بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش وجود دارد" فرضیه صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود.

H1: رابطه معناداری بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش وجود دارد. ($r=0$)

H0: رابطه معناداری بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش وجود ندارد. ($r \neq 0$)

جدول ۸: نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه فرعی اول

متغیرها		مدیریت اثربخش	مسئولیت اجتماعی
مسئولیت اجتماعی	همبستگی پیرسون	۰,۴۵۵**	۱
	significant	۰,۰۰۰	
	تعداد	۱۷۰	
مدیریت اثربخش	همبستگی پیرسون	۱	۰,۴۵۵**
	significant		۰,۰۰۰
	تعداد	۱۷۰	

منبع: (یافته های پژوهش ۱۴۰۱)

نتایج جدول بالا نشان می دهد که همبستگی بین مسئولیت اجتماعی با اثربخشی خیرین حوزه سلامت برابر با ۰,۴۵۵ می باشد و با توجه به سطح معناداری برآورد شده که برابر ۰,۰۰۰ می باشد می توان ادعا کرد که با احتمال ۰/۹۵ فرض صفر رد و فرض H_1 تأیید می گردد. هر سازمانی از نحوه عملکرد مدیریت خبر می دهد و بر میزان احساس مسئولیت و انجام وظایف و تحقق اهداف سازمانی اثر می گذارد. در نتیجه می توان ادعا کرد که بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخشی خیرین حوزه سلامت رابطه معناداری بصورت مستقیم وجود دارد.

در ادامه به سراغ آزمون به شیوه توام (Enter) برای فرضیات تحقیق می رویم. برای بررسی فرضیه تحقیق ابتدا باید مولفه های مربوط به متغیرهای اصلی مورد بررسی قرار گیرند. لذا برای این کار از آزمون رگرسیون به شیوه توام (Enter) استفاده می کنیم. نتایج حاصل از رگرسیون در جداول زیر به دو صورت نشان داده شده است. ابتدا برای مولفه های متغیرهای تحقیق و سپس معادله رگرسیون برای متغیر وابسته یعنی مدیریت اثر بخش.

تحلیل رگرسیون مرحله ای است بعد از همبستگی انجام می گیرد، تحلیل رگرسیون زمانی استفاده می شود که بخواهیم مقادیر یک متغیر را از روی مقادیر متغیر دیگر پیش بینی کنیم. در این فرضیه، متغیری که ما بهره می گیریم تا مقدار متغیر دیگر را پیش بینی کنیم، متغیر مستقل شامل: (مسئولیت اجتماعی) نام دارد. متغیری را هم که می خواهیم پیش بینی کنیم متغیر وابسته (یا ملاک): (اثربخشی خیرین حوزه سلامت) نام دارد.

نتایج تفسیر در این مبحث ما به مهم ترین این جداول می پردازیم. اولین جدول Model Summary به معنای خلاصه مدل است. این جدول مقادیر R و R^2 را نشان می دهد. مقدار R برابر است به ۰/۶۷۳ اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین دو متغیر را نشان می دهد. همان طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر مسئولیت اجتماعی و اثربخشی مدیریت خیرین حوزه سلامت همبستگی در حد خیلی قوی وجود دارد. مقدار R^2 نشان می دهد که چه مقدار از متغیر وابسته یعنی (مدیریت اثربخش خیرین حوزه سلامت)،

می‌تواند توسط متغیر مستقل یعنی مسئولیت اجتماعی، تبیین شود. در جدول (۴-۱۲)، متغیر مسئولیت اجتماعی می‌تواند ۷۵۲/۰ درصد از تغییرات متغیر مدیریت اثربخش خیرین حوزه سلامت را تبیین کند که در واقع مقدار چشم‌گیری است.

جدول ۹: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	.۶۷۳۰	.۷۲۵۰	.۷۳۹۰	.۸۵۲/۵۴۲

جدول بعدی (۱۰)، ANOVA نام دارد، این جدول نشان می‌دهد که آیا مدل رگرسیون می‌تواند به طور (معناداری و مناسبی) تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. برای بررسی معناداری به ستون آخر (Sig) نگاه کنید. این ستون معناداری مدل رگرسیون را در این فرضیه نشان می‌دهد که چنانچه میزان بدست آمده در این فرضیه کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد که بیان‌گر این است که مدل رگرسیونی معنادار است.

جدول ۱۰: ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	۵۳۱,۷۹۸	۱	۷۰۸,۱۵۹	۴۶,۰۶۵	0,000 a
Residual	۶۱۲,۷۷	۵	۰۸۲,۴	—	—
Total	۱۴۵,۸۷۲	۱۲	—	—	—

- a. Dependent Variable (متغیر مستقل) مسئولیت اجتماعی
- b. Predictors: (Constant) (متغیر وابسته) مدیریت اثربخشی خیرین حوزه سلامت

جدول ۱۱: Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
مسئولیت اجتماعی	۵۰۹.۸۲	۷۶۸.	.۳۲۲.	۷۳۷.۴	.۰۰۰.
مدیریت اثربخشی خیرین حوزه سلامت	۵۶۴.	۲۲۷.	.۶۷۳.	۱۴۳.۷	.۸۸۷.

- a. Dependent Variable (متغیر مستقل) مسئولیت اجتماعی

منبع: (یافته‌های پژوهش ۱۴۰۱)

در این جدول آماره آزمون t تک ضرایب رگرسیون و سطح معناداری آن ها در آخرین ستون جدول آمده است. مقادیر سطح معناداری بیانگر اثرات معنادار متغیرها است. بر اساس مقادیر بتا جدول معادله رگرسیون به شرح فوق است. همان طور که مقدار سطح معناداری sig نشان می دهد؛ اثرات همه متغیرهای موجود در مدل معنادار شده است. در مورد اهمیت و نقش متغیر مستقل در معادله رگرسیون باید از مقادیر بتا استفاده کرد، زیرا این مقادیر استاندارد شده می باشند؛ بنابراین از طریق آن می توان در مورد اهمیت نسبی متغیرها قضاوت نمود.

بزرگ بودن مقدار بتای یک متغیر نشان دهنده اهمیت نسبی و تأثیر آن بر متغیر وابسته می باشد. پس مقدار بتای متغیر مستقل ۰.۶۷۳ در این آزمون به دست آمده باشد که نشان می دهد. انحراف معیار متغیر وابسته به اندازه ۰.۶۷۳ تغییر می کند. لذا مهمترین عامل عمده مدیریت اثربخشی خیرین حوزه سلامت استان لرستان (مسئولیت اجتماعی کارکنانش) می باشد.

بحث و نتیجه گیری

بطور کلی و بر اساس نتایج بدست آمده، در رابطه با ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با مدیریت اثربخش خیرین حوزه سلامت دانشگاه علوم پزشکی لرستان "با نتایج تحقیق های ال ن فن ولسور (۲۰۰۹) معتقد است بیان می کند که مسئولیت های اجتماعی سازمانی در مدت زمان اندک، نمی تواند تأثیر چندانی بر عملکرد سازمان داشته باشد. برنز و همکاران (۲۰۰۵) به بررسی روابط میان مسئولیت های اجتماعی سازمانی و رفتار مشتریان اشاره دارد شریعتمداری (۱۳۹۷) در تحقیق خود با عنوان "رابطه بین سلامت سازمانی با اثربخشی مدیران مدارس مدیریت آموزش و پرورش شهر تهران. یگانه و سنجدری (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان "تأثیر مسئولیتهای اجتماعی سازمانی بر اثربخشی سازمانی". رضایی (۱۳۹۱) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "روابط میان مسئولیت اجتماعی سازمانی و ابعاد مختلف اثربخشی سازمانی همخوانی دارد.

نتایج حاصل از رگرسیون به دو صورت نشان داده شده است. ابتدا برای مولفه های متغیرهای تحقیق و سپس معادله رگرسیون برای متغیر وابسته یعنی مدیریت اثر بخش. اولین جدول خلاصه مدل است. این جدول مقادیر R و R^2 را نشان می دهد. مقدار R برابر است به ۰.۶۷۳ اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین دو متغیر را نشان می دهد. همان طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر مسئولیت اجتماعی و اثربخشی مدیریت خیرین حوزه سلامت همبستگی در حد خیلی قوی وجود دارد. جدول ANOVA نام دارد که آیا مدل رگرسیون می تواند به طور (معناداری و مناسبی) تغییرات متغیر وابسته را پیش بینی کند چنانچه میزان بدست آمده در این فرضیه کمتر از $۰/۰۵$ می باشد که بیان گر این است که مدل رگرسیونی معنادار است. درمورد اهمیت و نقش متغیر مستقل در معادله رگرسیون باید از مقادیر بتا استفاده کرد، پس مقدار بتای متغیر مستقل ۰.۶۷۳ در این آزمون به دست آمده باشد که نشان می دهد. انحراف معیار متغیر وابسته به اندازه ۰.۶۷۳ تغییر می کند. لذا مهمترین عامل عمده مدیریت اثربخشی خیرین حوزه سلامت استان لرستان (مسئولیت اجتماعی کارکنانش) می باشد.

پیشنهادهای کاربردی

- ✓ مسئولیت اجتماعی اگر همراه با مدیریت اثربخش سازمان باشد می تواند زودتر به اهداف سازمانی دست یابد.
- ✓ تلاش بیشتر برای تأمین نیازهای کارکنان و تحقق رضایت آنها و در نتیجه، بهبود عملکرد فردی کارکنان و سبب یک پارچگی و کارایی بیشتر سیستم های اطلاعاتی می شود.
- ✓ مسئولیت های اجتماعی و تأثیرات اثربخشی سازمانی به مراتب موجب سبب بهبود و ارتقاء از منظر ابعاد مختلفی نظیر سودآوری، فروش و بهبود اخلاق کارکنان می شود.
- ✓ توجه سازمان به برخورد عادلانه و بدون تبعیض کارکنان
- ✓ ارائه خدمات مستمر و پایدار به شهروندان

منابع

۱. جمشیدی، علیرضا، (۱۴۰۰)، بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر اعتماد و وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان بیمه پاسارگاد)، چهارمین دوره همایش ملی مدیریت حسابداری و مهندسی صنایع
۲. رابینز، اس.پ (۱۳۸۷)، تئوری سازمان (ساختار، طراحی و کاربردها)، مترجم: الوانی و دانایی فرد، تهران: انتشارات صفار.
۳. شریعتمداری، مهدی (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین سلامت سازمانی با اثربخشی مدیران مدارس مدیریت آموزش و پرورش شهر تهران، ویژه نامه بهار، سال دوم _ شماره ۶، صص ۱۵۱-۱۱۹
۴. شریف زاده، فتاح، ویشلفی، مهدیه، (۱۳۹۶)، تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رضایت ارباب رجوع شهرداری تهران با میانجی گری اعتماد عمومی، پژوهش های مدیریت راهبردی، سال بیست و سوم، شماره ۶۷.
۵. علیمردادی جویباری، سید مهران، (۱۳۹۷)، بررسی نقش اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان بر رضایتمندی و وفاداری مشتریان به برند، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی علامه امینی، رشته مدیریت - مدیریت بازرگانی بازرگانی بین المللی.
۶. کبیری، بابک، (۱۳۹۰) بررسی نقش نظام مدیریت مشارکتی در اثربخشی کارکنان سازمان کارو آموزش فنی و حرفه ای آذربایجان شرقی و مقایسه آن با الگوی ژاپنی مشارکت، پایان نامه کارشناسی ارشد، ص ۲۸.
۷. کاظم پور، بهرام، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با خدمات اجتماعی در سازمان های دولتی استان کردستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایلام، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، رشته مدیریت - مدیریت سازمان های دولتی - برنامه ریزی و نظارت.
۸. مشبکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب (۱۳۸۹)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها (مطالعه موردی: وزارت نیرو)، جامعه شناسی کاربردی، ۵۶-۳۷.

۹. طبرسا، غلامعلی؛ رضائیان، علی؛ آذر، عادل وعلیخانی، حمید، (۱۳۹۰)، تبیین و طراحی مدل رسالت مسئولیت

اجتماعی سازمان. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی. سال سوم، شماره ۸.

۱۰. وفایی یگانه، محمد، قربانی سنجدری، معصومه، (۱۳۹۴)، تأثیر مسئولیت های اجتماعی سازمانی بر اثربخشی

سازمانی، مهندسی فرهنگی سال دهم پاییز ۱۳۹۴ شماره ۸۵.

11. Barthorpe, S. (2010). Implementing corporate social responsibility in the UK construction industry, *Property Management*, vol.28, NO.1, 4-17.
12. Costa & Menichini. (2013). Person-Job Fit Versus Person-Organization Fit as Predictors of Organizational Attraction and Job Acceptances Intentions: A Longitudinal Study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(3), pp.
13. Carrol, A.B, (1999). CSR: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, vol.3, No. 3, p.95.
14. Green, T. & J. Peloza (2011). "How does Corporate Social Responsibility Create Value for Consumers". *Journal of Consumer Marketing*. 2856-48:1
15. Kell, Georg (2005). The Global Compact: Selected Experiences and Reflections. *Journal of Business Ethics*. 59: 69-79.
16. Lin, Chin-Huang; Yang, Ho-Li & Liou, Dian-Yan (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan; *Technology in Society*. 31: 56°63.
17. Mortazawi, S., Poorazad, N., Amirrazavi, p. & Sadeghi Moghadam, M. (2010). The role of social responsibility on the relationship between corporate social responsibility and commitment. The sample studied: food processing companies in Mashhad. *Journal of Social Sciences Faculty of Humanities University of Mashhad*.

Investigating the relationship between social responsibility and effective management of health donors in Lorestan University of Medical Science

Vahid Karami¹

Date of Receipt: 2022/04/07 Date of Issue: 2022/05/07

Abstract

Organizational social responsibility is not just a matter for social workers or large organizations. All managers need to understand its importance and why they need to commit to it. Therefore, the present study aimed to investigate the relationship between the level of different dimensions of social responsibility on the level of effective management in health donors of Lorestan University of Medical Sciences. is. The method of the present research is applied based on the purpose and is descriptive-correlational in nature and the method of collecting descriptive data is from the survey branch. The statistical population of this study is 170 employees of health charities in Lorestan University of Medical Sciences. Content / face validity was used to evaluate the validity. The reliability value obtained for All variables are greater than 0.7. For data collection, library method and field method have been used. Also, to investigate the relationship between variables and data analysis, statistical analysis using SPSS23 software has been used. The results showed that there is a direct and significant relationship between social responsibility and the effectiveness of health donors in the field of equity and each organization informs about the performance of management and affects the sense of responsibility and performance of tasks and achievement of organizational goals.

Keywords:

Social Responsibility, Dimensions of Social Responsibility, Effective Management.

1. Master of Public Administration - Human Resources Development, Health Donors, Lorestan University of Medical Sciences, Iran.