

به نام خدا

### معرفی پرسشنامه

پرسشنامه استاندارد مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان کارول (1991) پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان، توسط کارول (1991) طراحی شده است. این پرسشنامه دارای 20 سوال و 4 مؤلفه مسئولیت پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری قانونی، مسئولیت‌پذیری اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی می باشد و بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت با سوالاتی مانند (در سازمان مهم است که به شیوه ای عمل کنیم که حداکثر سود برای هر سهم به دست آید.) به سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان می پردازد.

### تعریف مفهومی متغیر پرسشنامه

**مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان:** به عنوان خط و مشی و تکنیکی ورای اجبارات قانونی آن، به منظور سود دهی برای کل جامعه اشاره دارد.

### تعریف عملیاتی متغیر پرسشنامه

در این تحقیق منظور از مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان نمره ای است که پاسخ دهندگان به سوالات 20 گویه ای پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان می دهند.

### مولفه های پرسشنامه و پرسشنامه

#### توزیع سوالات پرسشنامه

پرسشنامه	مولفه ها	گویه ها	شماره گویه ها
مسئولیت- پذیری اجتماعی سازمان	تعهدات اقتصادی	5	1-2-3-4-5
	تعهدات قانونی	5	6-7-8-9-10
	تعهدات اخلاقی	5	11-12-13-14-15
	تعهدات اجتماعی	5	16-17-18-19-20

کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان
					1) در سازمان مهم است که به شیوه ای عمل کنیم که حداکثر سود برای هر سهم به دست آید.
					2) در سازمان مهم است، به این امر متعهد باشیم که تا جایی که ممکن سود آور باشیم.
					3) در سازمان حفظ جایگاه رقابتی قوی بسیار مهم است.
					4) در سازمان حفظ سطح بالای از راندمان عملیاتی بسیار مهم است.
					5) مهم است که یک شرکت موفق به عنوان شرکتی که همیشه سود آور است، تعریف شود.
					6) مهم است که عملکرد سازمان متناسب با انتظارات دولت و قانون باشد.
					7) رعایت مقررات مختلف دولت مرکزی، ایالتی و محلی مهم است.
					8) داشتن شهروند سازمانی متعهد به قانون مهم است.
					9) مهم است که یک شرکت موفق به عنوان شرکتی که تعهدات قانونی خود را انجام می دهد تعریف شود.
					10) تهیه کالا و خدماتی که حداقل شرایط قانونی را داشته باشد از اهمیت برخوردار است.
					11) مهم است که به روشی عمل کنیم که متناسب با انتظارات اجتماعی، رسوم و هنجارهای اخلاقی باشد.
					12) شناخت و احترام به هنجارهای اخلاقی جدید و در حال تحول پذیرفته شده توسط جامعه بسیار مهم است.
					13) جلوگیری از به خطر افتادن هنجارهای اخلاقی برای رسیدن به اهداف شرکت مهم است.

					14) مهم است که یک شهروند سازمانی یا شرکتی خوب به عنوان کسی که آنچه را که از نظر اخلاقی انتظار می رود انجام دهد، تعریف شود
					15) شناخت این نکته مهم است که صداقت سازمانی و رفتار اخلاقی فراتر از پیروی از قوانین و مقررات است.
					16) مهم این است که انجام کارها در سازمان به روشی سازگار با انتظارات بشر دوستانه و خیرخواهانه انجام شود.
					17) در سازمان کمک به انجام امور خوب و نوع دوستانه مهم است.
					18) مهم است که مدیران و کارکنان در فعالیت های خیرخواهانه در جوامع محلی خود به طور داوطلبانه شرکت کنند.
					19) در سازمان ارائه کمک به آموزش های خصوصی و عمومی بسیار مهم است.
					20) در سازمان کمک داوطلبانه به فعالیت های کیفیت زندگی جامعه را ارتقا می بخشد، مهم است.

به دو طریق می توان از تحلیل این پرسشنامه استفاده کرد

A. تحلیل بر اساس مولفه های پرسشنامه

B. تحلیل بر اساس میزان نمره به دست آمده

### تحلیل بر اساس مولفه های پرسشنامه

به این ترتیب که ابتدا پرسشنامه ها را بین جامعه خود تقسیم و پس از تکمیل پرسشنامه ها داده ها را وارد نرم افزار اسپاس کنید. البته قبل از وارد کردن داده ها شما باید پرسشنامه را در نرم افزار اسپاس تعریف کنید و سپس شروع به وارد کردن داده ها کنید.

چگونگی کار را برای شفافیت بیشتر به صورت مرحله به مرحله توضیح می دهیم

مرحله اول. وارد کردن اطلاعات تمامی سوالات پرسشنامه ( دقت کنید که شما باید بر اساس طیف لیکرت عمل کنید .

مرحله دوم. پس از وارد کردن داده های همه سوالات، سوالات مربوط به هر مولفه را کمپیوت (compute) کنید. مثلا اگر مولفه اول  $X$  و سوالات آن 1 تا 7 است شما باید سوالات 1 تا 7 را compute کنید تا مولفه  $x$  ایجاد شود.

به همین ترتیب همه مولفه ها را ایجاد کنید و پس از این کار در نهایت شما باید همه مولفه ها که ایجاد کردید را با هم compute کنید تا این بار متغیر اصلی تحقیق به وجود بیاید که به طور مثال متغیر مدیریت دانش یا ... است.

مرحله سوم. حالا شما هم مولفه ها را به وجود آورده اید و هم متغیر اصلی تحقیق را؛ حالا می توانید از گزینه آنالیز هر آزمونی که می خواهید برای این پرسشنامه (متغیر) بگیرید.

مثلا می توانید آزمون توصیفی ( میانگین، انحراف استاندارد، واریانس) یا می توانید آزمون همبستگی را با یک متغیر دیگر بگیرید.

#### • نمره گذاری پرسشنامه:

مقیاس درجه بندی سوالهای پرسشنامه پژوهش مقیاس پنج

درجه ای لیکرت

خیلی کم	کم	تا اندازه ای	زیاد	خیلی زیاد	گزینه انتخابی
1	2	3	4	5	امتیاز

#### • تحلیل ( تفسیر) بر اساس میزان نمره پرسشنامه

بر اساس این روش از تحلیل شما نمره های به دست آمده را جمع کرده و سپس بر اساس جدول زیر قضاوت کنید. توجه داشته باشید میزان امتیاز

های زیر برای یک پرسشنامه است در صورتی که به طور مثال شما 10 پرسشنامه داشته باشید باید امتیازهای زیر را ضربدر 10 کنید  
 مثال: حد پایین نمرات پرسشنامه به طریق زیر بدست آمده است  
 تعداد سوالات پرسشنامه \* 1 = حد پایین نمره

حد بالایی نمرات	حد متوسط نمرات	حد پایینی نمره
100	50	20

امتیازات خود را از 20 عبارت فوق با یکدیگر جمع نمایید. حداقل امتیاز ممکن 20 و حداکثر 100 خواهد بود.

نمره بین 20 تا 33: میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان در حد پایینی می باشد.

نمره بین 33 تا 66: میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان در حد متوسطی می باشد.

نمره بالاتر از 66: میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان در حد بالایی می باشد.

### روایی و پایایی پرسشنامه

#### روایی ابزار جمع آوری داده ها

اعتبار یا روایی با این مسئله سر و کار دارد که یک ابزار اندازه گیری تا چه حد چیزی را اندازه می گیرد که ما فکر می کنیم (سرمد و همکاران، 1390). در این پژوهش روایی پرسشنامه در پژوهش (بازی، 1394) سنجیده شده است.

#### پایایی ابزارهای جمع آوری داده ها

قابلیت اعتماد یا پایایی یک ابزار عبارت است از درجه ثبات آن در اندازه گیری هر آنچه اندازه می گیرد یعنی اینکه ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد (سرمد و

همکاران، 1390). ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده در پژوهش (بازی، 1394) برای این پرسشنامه بالای 0/7 برآورد شد.

آلفای کرونباخ	شاخص‌ها	متغیرها
0/78	مسئولیت‌پذیری اقتصادی	مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان
0/86	مسئولیت‌پذیری قانونی	
0/89	مسئولیت‌پذیری اخلاقی	
0/91	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	
0/80		کل مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان

#### منابع:

سرمد، زهره، حجازی، الهه و عباس بازرگان (1390). روش تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه.

ابراهیمی، لقمان و همکاران (1393). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و رعایت حقوق مصرف‌کننده، فصلنامه مدیریت صنعتی، 9 (30): 80-96.