تجربه دانشجویان از مسئولیت اجتماعی دانشگاه و درک آن‌ها از رضایت و کیفیت خدمات

خوزه لوئیس وازکز[۱] | کارلوتا لازا آزا[۲] | آنا لانرو[۳]

هدف اصلی در این مقاله شـــناخت عواملی که تصور دانشجویان از مسئولیت‌های اجتماعی دانشگاه[۱] (USR) در یک دانشگاه اسپانیایی را شکل می‌دهد و همچنین تأثیر آن بر تصورات از رضایتمندی و کیفیت خدمات است. به‌طور مشخص فرض می‌شود که میزان کلی درک مسئولیت‌های اجتماعی دانشگاه تأثیر مثبتی در تجربه شخصی دانشجویان از رضایتمندی که تا حدودی از ارزشیابی سطح کیفیت خدمات دانشگاه به دست می‌آید، دارد. برای انجام این آزمایش، مطالعه‌ای به شکل گزارش شخصی روی ۴۰۰ دانشجوی کارشناسی در دانشگاه لئون اسپانیا انجام شد. برای تست تصور کلی دانشجویان از USR از یک نوع مدل‌سازی تساویِ ساختاری به کمک PLS استفاده شد تا به کمک آن استانداردهای بالاتری برای ارائه سطح کیفی بالاتری از خدمات و رضایتمندی به دست بیاید. نتایج ساختار شش عامل مؤثر در دیدگاه دانشجویان از use را نشان می‌داد که از بین آن‌ها تنها عامل مدیریت داخلی بر میزان درک کلی تأثیر داشت. به همین ترتیب سطح کیفی خدمات و رضایتمندی به‌شدت باهم همبستگی نشان می‌دادند. پیامدهای این یافته‌ها برای بازاریابی در تنظیمات دانشگاهی بحث می‌شود.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی دانشگاه، بازاریابی عمومی، تحصیلات عالی، رضایتمندی، کیفیت خدمات، اسپانیا

1● José Luis Vázquez
2● Carlota L. Aza
3● Ana Lanero
University of León, Faculty of Economics and Business Sciences

1. university social responsibility (USR)

نگاره‌ای از حکایت «بوف و زاغ»
کتابَ کَلیله و دِمنه

مقدمه

دانشگاه‌های اروپایی همواره روند تغییرات جهانی را تجربه می‌کنند که باعث شکل‌گیری راه‌های جدید در دیدگاه‌ها و اهداف آموزش می‌شـــود (Nuñez & Alonso, 2009). به همین دلیل، دانشـــگاه‌ها در ایجاد توانایی نســـل جدید برای موفقیت، رویارویی با جهانی شدن و رشـــد اقتصادی، همچنین برای پرورش آینده پایدار برای مردم سراسر دنیا نقش مهمی بازی می‌کنند (Setó-Pamiés, 2011). در نتیجه تحصیلات به‌عنوان عامل کلیدی در جهت بهبود کیفیت زندگی در نظر گرفته شـــده و نه تنها بر افراد بلکه بر مجموعه انسان‌ها تأثیر می‌گذارد (Galang, 2010). در واقع به همین دلیل اســـت که دانشگاه‌ها باید پیامدهای تغییرات اجتماعی که باعث شکل‌گیری مدل‌های جدید جوامع می‌شوند را در نظر گرفته و متوجه شوند. به‌ویژه دانشگاه‌ها به یک رویکرد بین رشته‌ای و باز که قادر به برآورده کردن نیازهای فعلی بوده و تنها با اهداف سنتی تدریس (هم در آموزش و هم پژوهش) گره نخورده باشد، نیاز دارند تا بتوانند به کمک آن به برنامه مشخص دست پیدا کنند (Gaete, 2012).

از آنجایی که تحصیلات دانشگاهی به‌عنوان یک بازار به‌شدت رقابتی در هردو بخش بالغ و متنوع در آمده اســـت، دانشـــگاه‌ها باید خود را تغییر دهند تا با چالش‌ها و فرصت‌های جدید برای بهبود کیفیت خدمات و رضایت دانشـــجویان مواجه شـــوند (Burcea & Marinescu, 2011). بنابراین تحصیلات دانشگاهی می‌تواند با

آموزش و گسترش ذهن دانشجویان، پژوهش پاسخ به چالش‌ها، نشان دادن فهم و تعهد خود در مدیریت محیط مسئولیت‌پذیر (Tilbury, 2011) و همچنین همیشه در نظر داشتن اینکه کارشناسان آموزش همواره باید به دانشجویان برای فهم تأثیرات قدرتمندِ تصمیمات و عملکردهای تجارت بر جامعه در کنار آسیب‌های بالقوه آن، کمک کنند (Setó-Pamiés, 2011) . علاوه بر این، وقتی دانشگاهی USR را ارتقا می‌دهد این به‌عنوان سازماندهی کیفیت تلقی شده و باعث افزایش رضایتمندی می‌شود.

هدف فعلی دانشگاه‌ها تأمین زمینه تحصیلی مناسب برای دانشجویان و انتقال دانش و تفکر به آنان همراه با در نظر داشتن نیازها و انتظارات سهامداران خود است. علاوه بر این، این شناسایی قدم اول در اجرای مفهوم مسئولیت اجتماعی دانشگاه در مدیریت سازمانی است (Moneva, 2007)؛ چرا که مسئولیت‌پذیری اجتماعیِ یک سازمان باید در ارتباط با تأثیری که بر علایق و نیازهای سهامداران یا فعالیت مؤسسات می‌گذارد، مدیریت شود (Gaete, 2009).

اندازه گیری USR باعث بهبود مدیریت مؤسسات نیز می‌شود (Casani & Pérez, 2009) و به‌عنوان راهی برای افراد حرف‌هایِ آینده در بخش‌های مختلف جامعه مثل شرکت‌ها، دولت‌ها، یا مؤسسات و سازمان‌های عمومی به حساب می‌آید که باعث تغیرات آینده در سطح جهانی می‌شود (Martí et al., 2008). در مطالعات پیشنهاد شده است که مدارسِ کسب و کار که بر CSR تأکید دارند می‌توانند باعث تغییر در دیدگاه دانش‌آموزان شوند. بنابراین اگرچه دانشگاه‌ها تنها سازمان‌های خدمات آموزشی نیستند، اما شکل‌دهنده هویت با مسئولیت‌های بزرگ‌تری در قبال ملت‌ها و دنیا هستند (Sullivan, 2003). بنابراین دانشگاه‌ها نقش مهمی را در استفاده از مسئولیت اجتماعی در زمینه طراحی برنامه‌های درسی و تحقیقاتی، و همچنین در گزینه مأموریت خود، دیدگاه‌ها و استراتژی‌های شرکتی دارند (Muijen, 2004).

کاربرد مسئولیت‌های اجتماعی در حوزه آموزش عالی، در میان مسائل دیگر، باعث شناسایی ذی‌نفعان دانشگاه و درک آن‌ها از رضایتمندی و کیفیت خدمات، همچنین دانش درباره انتظارات ایشان و به دست آمدن ابزار برای گفت‌وگو با این افراد است. در این زمینه دانشگاه‌ها مجبور هستند با مأموریت‌ها و دیدگاه‌های جدید روبه‌رو شده و در نتیجه آن به طراحی استراتژی‌های مؤسسات در مسئولیت‌های اجتماعی بپردازند، که این شامل مسئولیت اجتماعی در همه زمینه‌های تحصیلی برای رسیدن به یک مزیت رقابتی در این حوزه می‌شود. از طرفی، به‌رغم نقش اجتماعی مهم دانشگاه‌ها، هنوز هم مطالعات و پژوهش‌های خیلی کمی هستند که درباه ذی‌نفعان دانشگاه‌ها (دانشجویان) انجام شده است (Larrán et al., 2012).

در این زمینه، هدف اصلی این مقاله شناسایی عواملی است که ادراک دانشجویان از USR را شکل می‌دهند و همچنین بررسی تأثیر آن بر ادراک آن‌ها از رضایتمندی و کیفیت خدمات است. در این رابطه، این مقاله به این شکل مرتب شده است: اول، مفاهیم USR و تئوری چهار مدل مؤثر ارائه می‌شود. دوم، مفاهیم رضایتمندی و کیفیت خدمات و رابطه آن با USR بحث می‌شود. سپس، مطالعه‌ای از گزارش شخصی با نمونه‌هایی از دانشجویان کارشناسی اسپانیایی که با هدف شناخت گستره درک دانشجویان از USR و تأثیرات آن بر رضایتمندی و سطح کیفی خدمات ارائه می‌شود. در نهایت، یک تحلیل از درک کلی دانشجویان از USR و تأثیر آن بر رضایتمندی و کیفیت خدمات آورده شده است.

مروری بر مطالعات

مسئولیت اجتماعی دانشگاه و مدل بر پایه تأثیر

دانشگاه‌ها نمی‌توانند با تفکر فعلی درباره مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار کنار بیایند، زیرا دانشگاه‌ها با توجه به تأثیر آموزش عالی بر دانش، ارزش‌ها و رفتارها، وظیفه ارتقای مسئولیت اجتماعی، مسئولیت علمیِ اجتماعی و مسئولیت اجتماعی شهروندی را دارند (Gasca & Olvera, 2011). در وهله اول، نگرانی رو به رشد دانشگاه‌های امروزی که ارضای نیازهای دانشجویان (ذی‌نفعان) متفاوت و رویارویی با تعهدات عمیق اکولوژیکی و اجتماعی است، باعث تحمیل مسئولیت‌های اجتماعی بزرگ‌تری بر آن‌ها می‌شود

(Kunstler, 2006). دوم اینکه دانشگاه‌ها نقش کلیدی در بهینه‌سازی نحوه مدیریت جامعه و همچنین دستیابی به هدف تضمین پیشـــرفت اساسی در زندگی مردم بازی می‌کنند. سوم اینکه اگرچه دانشگاه‌ها تنها مراکز آموزشی نیســـتند (Sullivan, 2003)، اما شـــهروندان خوبی برای رقابت و همچنین از لحاظ شـــخصیت تربیت می‌کنند (Ehrlich, 2000; Wilhite, Silver, 2005). همه این‌ها دلایلی اســـت که هر روز مؤسســـات آموزش عالی بیشتر و بیشتری تلاش می‌کنند تا استراتژی‌های USR را در همه حوزه‌های دانشگاه ترویج و اجرا کنند.

بر طبق دیدگاه کمیسیون اروپایی (۲۰۱۱)، هر سازمانی بر جامعه تأثیر می‌گذارد. بنابراین باید دانشگاه‌ها همانند هر سازمان دیگری، مسئولیتِ تأثیرات و پیامدهایی را که توسط استراتژی، ساختار، قوانین و عملکرد آن‌ها به وجود می‌آید، بر عهده بگیرند (Argandoña, 2012). درباره قوانین دانشـــگاه در موقعیت‌های خاص در اسپانیا، استراتژی دانشگاهی در سال ۲۰۱۵ اذعان دارد که دانشگاه‌ها نباید فقط به آموزش و پژوهش بپردازند بلکه باید مؤسساتی با مسئولیت اجتماعی باشند که بتوانند دانشجویان را در پیداکردن شغل و تشویق بر ارزش‌های اخلاقی در ارتباط با توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک کنند (Larrán et al., 2012a).

از ایـــن نقطـــه نظر، منطقی به نظر می‌رســـد که مفهـــوم USR در دانشـــگاه به‌عنوان یک مفهـــوم در جهت یکپارچه کردن تمام فعالیت‌ها و عملکردهای دانشـــگاه با نیازهای جامعه از طریق درگیرشـــدن فعالانه با جوامع با یک روش اخلاقی و شـــفاف که منجر به برآورده کردن نیازهای تمام دانشـــجویان می‌شـــود تعریف می‌شـــود (Esfijani et al., 2013). به عبارت دیگر، USR به معنای پیشنهاد خدمات آموزشی و اخلاقی برای گسترش دانش با مدیریت خوب و مسئول در جهت پرورش حس مسئولیت‌پذیری در شهروندان با تشویق دانشجویان و کارکنان آموزشی به سمت توسعه پایدار جامعه و همچنین تلاش برای تطبیق با اهداف، دیدگاه‌ها و ارزش‌های مؤسسات آموزش عالی است.

همانند مســـئولیت اجتماعی شـــرکتی، مفهوم USR نیز مفاهیم مبهم و نامشـــخصی دارد، چرا که حوزه‌های مـــورد علاقه یـــا توجه در این زمینـــه، درباره هر مؤسســـه با هدف متفـــاوت، فرق می‌کنـــد. همچنین نام‌های مختلـــف برای ایـــن مفهوم وجود دارد که اگرچه به‌صورت جداگانه مطرح می‌شـــوند همه آن‌ها در ســـایه مفهوم USR قـــرار دارنـــد. این مفاهیم عبارت‌اند از: توســـعه پایدار، همکاری در توســـعه (وزارت علـــوم، ۲۰۱۱)، اخلاق (Dellasportas, 2006; Luthar & Karri, 2005) یا مأموریت سوم (Casani & Pérez, 2009). بیشتر این مفاهیم جایگزین بر روی حوزه‌های محیطی و اجتماعی تمرکز دارند که مانع درک درست مفهوم می‌شود (وزارت علوم، ۲۰۱۱).

تا امروز بیشترین مطالعات روی USR در دانشگاه‌های امریکای لاتین انجام شده است. بیشتر مدل‌های توسعه یافته بر پایه تأثیر هستند و از دید تجارت، مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان راهی که مؤسسات تأثیر خود را بر مردم، جامعه، اقتصاد و طبیعت اطراف خود مدیریت می‌کنند، بررسی می‌کنند (Vallaeys et al., 2009). به‌طور ویژه، می‌توان گفت دانشگاه منجر به چهار نوع تأثیر مختلف بر اطراف خود می‌گذارند: آموزشی، شناختی، سازمانی و اجتماعی. از این دیدگاه می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر آموزشی و شناختی توسط خود دانشگاه به‌عنوان یک مؤسسه ایجاد می‌شود در حالی که تأثیرهای سازمانی و اجتماعی توسط دانشگاه‌ها و همچنین شرکت‌های خصوصی ایجاد می‌شود.

بر اساس مدل بر پایه تأثیر در این مقاله ما پیشنهاد میکنیم که چهار تأثیر آموزشی، شناختی، سازمانی و اجتماعی می‌توانند دیدگاه کلی دانشجویان نسبت به USR را پیش‌بینی کنند (Vallaeys, 2008; Vallaeys et al., 2009).

فرضیه ۱: درک تأثیرات آموزشی، شناختی، سازمانی و اجتماعی به‌طور مستقیم بر درک کلی USR تأثیر می‌گذارد.

دانشـــگاه‌ها نیازمند این هســـتند کـــه روش‌ها و چارچوب‌هـــای جدید را بـــه کار بگیرند تا به دانشـــجویان در جهت شـــناخت مفاهیم مســـئولیت‌پذیری اجتماعـــی و پایداری در دنیـــای تجارت کمک کنند. بـــا این حال به جـــز تعدادی پژوهش تجربـــی، پژوهش‌های کمی در زمینه USR تاکنون انجام شـــده اســـت. اگرچـــه داده‌های فراوانـــی بـــرای آمـــوزش اخـــلاق (Dellasportas, 2006; Lutar & Karri, 2005; McDonald, 2004)، آمـــوزش CSR (Matten, Moon 2004; Muijen, 2004; Setó-Pamiés, 2011)، و پایداری دانشگاه‌ها و مدارس تجاری (Ceulemans & De Prins, 2011; Galang, 2010; Tilbury, 2011) در بسیاری از کتاب‌های مرجع یافت می‌شود.

جدول (۱) مدل بر پایه تأثیر برای USR

	تعریف	نتیجه
آموزشی	اشاره به فرایندهای مسئول در آموزش، یادگیری و ارزش‌گذاری تحصیلات دارد	آموزش مدنی و حرفه‌ای مسئول
شناختی	اشاره به دستورالعمل‌های اخلاقی، دیدگاه‌های تئوری، خطوط تحقیق و تولید و تبادل دانش دارد	مدیریت اجتماعی دانش
سازمانی	در ارتباط با اعضای مؤسسات آموزشی از طریق طراحی سازمانی دانشگاه، اهداف و استراتژی‌های آن	محیط دانشگاهی مسئول
اجتماعی	ارتباط بین دانشگاه و ذی‌نفعان خارجی آن و مشارکت آن‌ها در توسعه سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه	همکاری اجتماعی

منبع: اقتباس شده از Gaete (2012); Vallaeys et al., (2009)

جدول (۱) نتایج مثبت مدل برپایه تأثیر: شهروندان و افراد حرفه‌ای تربیت‌شده توسط دانشگاه‌ها، دانشِ انتقال داده‌شده، ارتباط اجتماعی، ارتباط بین کارکنان و دانشجویان، آگاهی‌های محیطی و نقش دانشگاه در توسعه اجتماع (به معنای مشارکت در فعالیت‌های حل مسئله مانند ایجاد سرمایه‌های اجتماعی یا تسهیل دسترسی به دانش) را نشان می‌دهد. تعریف هرکدام از این تأثیرات نیز نشان داده شده است.

کیفیت خدمات و رضایتمندی در دانشگاه

تضمین خدمات یکی از عوامل اصلی در فرایند بولونیا[1] است. بنابراین کیفیت خدمات در آموزش عالی اهمیت ویژه‌ای دارد (Correia &Miranda, 2012). تحصیلات دانشگاهی در کل و کیفیت آن به‌طور خاص، به منظور پاسخ به نیازهای کیفی و مسئولیت اجتماعی در آموزش که نیازهای فعلی به حساب می‌آیند با هم در ارتباط هستند.

دانشگاه، همان‌طور که گفته شد، باید سطح مسئولیت‌پذیری شهروندی و تعهد در جامعه را ارتقا دهد و به‌عنوان مؤسسه‌ای بر پایه کیفیت خدمات در آموزش عالی که به‌طور مستقیم با توانایی پرورش افراد و جوامع سر و کار دارد به حساب بیاید (López et al., 2013). کیفیت در آموزش عالی یک مقوله پیچیده و چندجانبه است (Harvey & Green, 1993). در نتیجه یک توافق واحد درباره تعریف و اندازه‌گیری کیفیت خدمات وجود ندارد. اما براساس مطالعات (O'Neill & Palmer, 2004) کیفیت خدمات در آموزش عالی تحت عنوان تفاوت بین آنچه دانشجو انتظار دارد دریافت کند با ادراک وی آنچه که در واقع دریافت می‌کند، تعریف می‌شود.

چندین مطالعه روی کیفیت خدمات در آموزش عالی در بخش‌های مختلف دنیا انجام شده است که در بین مطالعات اخیر بسیار مشهور هستند (Angell et al., 2008; Barnes, 2007; Oliveira & Marques, 2007; Pareda et al., 2007; Qureshi et al., 2010; Srikanthan & Dalrymple, 2007; Voss et al., 2007). این تحقیقات به بررسی جنبه‌های مختلف آموزش و یادگیری و همچنین اهمیت محیط و تأثیر آن بر آموزش عالی می‌پردازند.

به همین ترتیب، یک مقاله مروری بر مطالعات تخصصی نشان می‌دهد که اگرچه عدم هماهنگی برای تعریف رضایتمندی به‌عنوان یک مفهوم وجود دارد، اما تلاش‌های متعدد برای تعریف آن انجام شده است (Giese & Cote, 2000). رضایت دانشجوها می‌تواند به‌صورت کوتاه‌مدت از ارزیابی تجربه آموزشی دانشجویان به دست بیاید. در این دیدگاه دانشجو به‌عنوان یک مشتری یا ارباب رجوع دیده می‌شود و در این حالت سنجش میزان رضایت دانشجو در آموزش عالی با روش‌های مشابه برای سنجش رضایت مشتری‌های عمومی انجام می‌شود (Elliot & Healy, 2001). بنابراین رضایت دانشجو به‌عنوان اختلاف بین انتظارات قبلی و عملکرد درک شده توسط وی بعد از گذشت دوره تحصیل تعریف می‌شود (Munteanu et al., 2010) که در واقع به

1. Bologna process

معنای این است که تجربه تحصیلی درک شده توسط دانشجویان طبق انتظارات آن‌ها یا فراتر از آن بوده است (Jullierat, 1995).

در این مقاله، ما به کمک دو فرضیه جدید پیشنهاد میکنیم که ادراک کلی دانشجویان از USR در تجربه آن‌ها از کیفیت خدمات و رضایتمندی تأثیر دارد:

فرضیه ۲: ادراک کلی از USR به‌طور مستقیم بر کیفیت خدمات تأثیر می‌گذارد.

فرضیه ۳: ادراک کلی از USR به‌طور مستقیم بر رضایتمندی تأثیر می‌گذارد.

علاوه بر این، بحث قبلی درباره رابطه بین کیفیت خدمات و رضایتمندی در مطالعات دیگر نیز در نظر گرفته شده است (Bitner, 1990; Bolton & Drew, 1991). در این میان، این‌گونه بحث می‌شود که رضایت مشتری مقدم بر کیفیت خدمات است در حالی که بعضی دیگر از نویسنده‌ها اعتقاد دارند که کیفیت خدمات باعث رضایتمندی و تصمیمات رفتاری مشتری می‌شـــود (Carrillat et al., 2009; Chia et al., 2008; Molinari et al., 2008). امروزه بسیاری از مؤسسات آموزش عالی تعدادی ارزشیابی برای کیفیت آموزشی از طریق دانشجویان انجام می‌دهند که همچنین منجر به ارزیابی سطح رضایتمندی دانشجویان نیز می‌شود. اعتقاد بر این است که کیفیت آموزش‌های عالی بر رضایت افراد تأثیرگذار است (Munteanu et al., 2010). طبق مطالعات قبلی (Carrillat etal., 2009; Chia et al., 2008; Molinari et al., 2008)، کیفیت خدمات می‌تواند رضایتمندی دانشجویان را پیشبینی کند. به دنبال این یافته‌ها در اینجا ما فرضیه دیگری ارائه میدهیم:

فرضیه ۴: کیفیت خدمات به‌طور مستقیم بر رضایتمندی تأثیر می‌گذارد.

در زمینه مطالعات قبلی، این مقاله سعی دارد چهار نوع تأثیری را که در کارهای تحصیلی قبلی تعریف شده بود، باهم ادغام کند تا جنبه‌های مختلف درک دانشـــجویان از USR را شناسایی کند. به‌طور مشخص، ما به دنبال شناخت ابعاد ادراک یک دانشجو از USR و بررسی اثرات آن بر کیفیت خدمات و رضایت دانشجو هستیم تا بتوانیم به کمک آن متوجه شویم آیا درک از UTR بر کیفیت خدمات و رضایت دانشجویان تأثیر دارد یا خیر.

روش

شرکت کننده‌ها

داده‌های گزارش‌شده از خود افراد با استفاده از یک پرسشنامه دارای ساختار از تعداد ۴۰۰ دانشجو در دانشگاه لئون جمع‌آوری شـــد به‌طوری‌که این نمونه‌ها نشـــان‌دهنده ۹۵ درصد جامعه بودنـــد (e=+-55; p=q=050). دانشجویان از آخرین انتخابی و با توجه به توزیع واقعی در دپارتمان و دانشکده‌ها انتخاب شدند.

بر اساس این معیارها، کل نمونه‌ها شامل ۱۵۹ مرد و ۲۴۱ زن بودند که به ترتیب ۳۹/۸٪ و ۶۰/۳٪ نمونه‌ها هستند و سن بین ۱۹ تا ۳۲ سال سن داشتند (M=22/63 and SD=2/01). از طرفی تمایز معمول در جهت گیری‌های مطالعه به شرح زیر است:

۴۴٪ از پاسخ دهندگان در رشته علوم اجتماعی و حقوق، ۶/۵٪ از آن‌ها هنر و رشته‌های انسانی، ۲۵٪ علوم فنی و مهندسی و ۱۵/۸٪ رشته‌های مرتبط با سلامت و ۸/۸٪ در رشته‌های علوم آزمایشگاهی تحصیل می‌کردند.

اندازه گیری‌ها

اثـــرات USR به کمک ۴۶گزینه کـــه برپایه تمرین‌های اختصاصی از مطالعات قبلـــی (Ceulemans & De Prins, 2011; Christensen et al., 2007; McDonald, 2004; Moon & Orlitzky, 2011; Setó-Pamiés, 2011; Vallaeys. 2008; Vallaeys et al., 2009) و مروری بر ابزارهای مشـــابه تعریف شـــده بود، سنجیده شد. از هر شرکت‌کننده خواسته شد تا با مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت درجه اهمیت هر فعالیت را از ۱ (بدون هیچ اهمیت) تا ۵ (خیلی مهم) تعیین کند. موارد پرسش‌شـــده مرتبط با همان چهار تأثیر تعریف‌کننده USR است که در بخش‌های قبلی توضیح داده شد.

- تأثیر آموزشـــی: ۱۲گزینه برای رتبه‌بندی میزان اهمیت در زمینه عملکرد USR در آموزش به دانشجویان

داده شد. مثال‌هایی از این موارد "آموزش عادت‌های سازگاز با محیط" و "اضافه کردن اخلاق حرفه‌ای و مطالب معنوی" هستند.

- تأثیر شناختی: ۱۰گزینه برای رتبه‌بندی میزان اهمیت در زمینه عملکرد USR در تحقیقات به دانشجویان داده شد. مثال‌هایی از این موارد "اجرای پروژه‌های تحقیقاتی درباره پایداری" یا "پژوهش‌های علمی درخصوص مشکلات اجتماعی و تولید دانش برای توسعه اجتماعی" هستند.
- تأثیر سازمانی: ۱۲گزینه برای رتبه‌بندی میزان اهمیت در زمینه عملکرد USR در تحقیقات به دانشجویان داده شد. برای مثال "تعادل زندگی کاری" یا "توزیع کارآمد و منطقی منابع".
- تأثیر اجتماعی: ۱۲ گزینه برای رتبه‌بندی میزان اهمیت در زمینه عملکرد USR در زمینه توسعه اجتماعی به دانشجویان داده شد. برای مثال، "حساسیت، کمپین‌های آموزشی در جهت حفاظت محیط زیست در مناطق تحت‌تأثیر و نزدیک به دانشگاه" یا "سازماندهی برنامه‌های داوطلبانه برای دانشجویان، استادان، کارکنان و کارمندان"

درک کلی دانشجویان از USR در سه گزینه سنجیده شد: «دانشگاه من پتانسیل بالایی در زمینه احترام به محیط زیست دارد»، «دانشگاه من پتانسیل بالایی در جهت توسعه اقتصادی دارد» و «دانشگاه من پتانسیل بالایی در زمینه حل مشکلات اجتماعی دارد». در اینجا نیز دانشجویان درجه موافقت با هر جمله در مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت از ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) مشخص می‌کنند. کیفیت خدمات نیز با ۵گزینه و با استفاده از مقیاس ۵ رتبه‌ای از ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) ارزیابی می‌شود. برای مثال «دانشگاه من منابع با کیفیت و همچنین زیرساخت قوی دارد». رضایتمندی نیز به همین ترتیب به کمک ۶ گزینه در زمینه عملکرد دانشگاه در چندین سطح و با استفاده از مقیاس ۵ رتبه‌ای از ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) سنجیده شد. برای مثال «من از خدمات آموزشی دانشگاه راضی هستم».

تحلیل داده‌ها

قبل از آزمودن فرضیه مدل، ما عواملی را که به کمک ۴۶ گزینه سنجش شده برای ادراک USR توسط دانشجویان به دست آمده بود، بر اساس چهار مدل تأثیر تحلیل کردیم. تجزیه اجزای اصلی (PCA)[1] مجموعه شش عامل که منجر به ۵۰/۳۲٪ از تغییرات می‌شدند را نشان داد. این عوامل عبارت بودند از: طرح‌ریزی خارجی (۶ گزینه)، تحقیقات (۵ گزینه)، آموزشِ ارزش‌های محیط زیستی (۵ گزینه)، مدیریت داخلی (۴گزینه)، رابطه دانشگاه و شرکت (۴ گزینه) و آموزشِ ارزش‌های اجتماعی (۳ گزینه). ۱۶ گزینه باقی‌مانده به اندازه کافی منجر به تغییر نشده یا در چندین مقوله جای داشتند و بنابراین برای ادامه تحلیل‌ها در نظر گرفته نشدند. مرور جزئی‌تری بر این نتایج در مطالعه انجام شده است (Vázquez et al., 2014).

سپس به روش کمترین مربعات جزئی (PLS)[2] تأثیر این شش عامل بر ادراک کلی دانشجویان از USR و همچنین تعیین اینکه این ادراک منجر به بهبود کیفیت خدمات و رضایت دانشجو می‌شود یا خیر، تست شد. همچنین روش PLS برای تست کردن تأثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی استفاده شد. روابط بین سازه‌ها از طریق برنامه آماری SmartPLS 2/0 بررسی شد (Ringle et al., 2005). روند اجرای PLS باعث برآورد مدل تحقیقات در دو مرحله می‌شود (Hulland, 1999). مرحله اول شامل ارزیابی قدرت مدل اندازه‌گیری (همچنین به‌عنوان مدل خارجی شناخته می‌شود) است، که با در نظر گرفتن اعتبار موارد، سازگاری داخلی و اطمینان از صحت سازه انجام می‌شود. مرحله دوم بر برآورد پارامترهای مناسب بر مدل ساختاری (مدل داخلی) تمرکز دارد و از روند اجرای فرضیه مورد تحقیق بر مبنای ضرایب مسیر استاندارد و مقادیر R2 گزارش می‌دهد.

1. Principal components analysis
2. partial least squared

نتایج

ضریب اطمینان و اعتبار سنجی اندازه گیری‌ها

جدول (۲) مواردی که در مدل سنجشی در نظر گرفته شده است را به همراه ویژگی‌های روان‌سنجی آن‌ها

نشان می‌دهد. ضریب اطمینان هر گزینه توسط تست معنی‌داری بارگذاری استاندارد (λ) یا همبستگی سادهٔ نشـــانگرها با متغیرهای پنهان مربوطه محاسبه شـــد. تمام بارگذاری‌ها بالای حد آستانه ۰/۰۵قرار داشتند (Barclay et al., 1995; Chin 1998, 1998a) و برپایه سطح معنی‌داری $p < 0/05$ برای ۵۰۰ اجرای خودبه‌خودی (بوت استرپ) محاسبه شدند.

برای اندازه‌گیری سازگاری داخلی مقیاس‌ها، برنامه SmartPLS دو نشانگر تولید می‌کند: Cronbach's alpha (α) و ضریب اطمینان ســـازه (ρc)، معیار دوم توسط بعضی از نویسنده‌ها به‌عنوان معیار مقدم بر اولی در نظر گرفته می‌شـــود چرا که از تعداد ویژگی‌های مرتبط با هر ساختار مستقل اســـت (Fornell & Larcker, 1981). تفســـیر هر دوی این شاخص‌ها مشـــابه بوده و مقادیر بالای ۰/۰۷برای هر دو منطقی در نظر گرفته می‌شود (Barclay et al., 1995; Hair et al., 1998; Nunnally, 1978; Nunnally & Bernstein, 1994). نتایج به دست آمده نیز با انتظار تطابق داشته و نشان‌دهنده به حداقل رساندن خطای اندازه‌گیری در معیارهای مورد استفاده بود.

اعتبار همگرایی با اســـتفاده از ضریب میانگین پراکندگی اســـتخراج شده[1] محاســـبه شد که این ضریب میزان پراکندگی ســـازه‌ها از نشانگرهای خودشان نســـبت به میزان پراکندگی ناشی از خطای اندازه‌گیری را نشـــان می‌دهد. برای همه متغیرهای پنهان، مقادیر AVE بالاتر از کمترین میزان نشـــان‌دهنده (۰/۰۵) بود (Fornell & Larcker, 1981). به همین ترتیب، برای سنجش اعتبار تفکیکی، ما ثابت کردیم که پراکندگی هر سازه با نشانگرهای خودش بیشتر از اختلاف با دیگر سازه‌های مدل باشد (Barclay et al., 1995).

1. AVE

از طرفـــی جدول (۳) مواردی مرتبط به درک کلی از USR، کیفیت خدمات و رضایت به همراه ویژگی‌های روان‌ســـنجی آن‌ها را در مدل سنجشـــی نشـــان می‌دهد. همان‌طور که در نتایج جدول (۲) نیز نشـــان داده شـــده اســـت، تمام موارد اندازه‌گیری شده در جدول (۳) بالاتر از کمترین ســـطح (۰/۵) برای پذیرش بودند (Chin, 1998, 1998a; Barclay et al., 1995).

جدول(۲) ویژگی‌های روانسنجی ادراک دانشجویان از USR

سازه‌ها و اقلام	λ	α	ρc	AVE
طرح‌ریزی خارجی		۰/۸۰	۰/۸۶	۰/۵۰
همکاری با شرکت‌ها، خدمات عمومی یاNGO ها در پروژه‌های اجتماعی در راستای برطرف کردن به کاستی‌ها	۰/۷۳			
حساسیت و کمپین‌های آموزشی در راستای مسئولیت اجتماعی در زمینه‌های مرتبط و نزدیک با دانشگاه	۰/۷۵			
همکاری با خدمات عمومی و NGOها در طرح‌های پایدار	۰/۷۳			
حساسیت و کمپین‌های آموزشی در زمینه حفاظت محیط زیست در مناطق تحت‌تأثیر و نزدیک به دانشگاه	۰/۷۳			
سازمان‌ها و حامیان مالی اجرای برنامه‌ها که به توسعه اقتصادی-اجتماعیِ بومی و منطقه‌ای متعهد شده‌اند	۰/۶۸			
سازمان‌هایی برای برنامه‌های داوطلبانه مخصوص دانشجوها، استادان و کارکنان	۰/۶۲			
تحقیقات		۰/۷۵	۰/۸۴	۰/۵۱
الحاق ارزش‌های پایدار به تحقیقات علمی	۰/۷۸			
تحقیقات علمی بر روی مشکلات اجتماعی و تولید علم	۰/۶۶			
پیاده‌سازی تحقیقات بر روی پایداری محیطی	۰/۷۲			
کاربرد دانش در راستای ایجاد محصولات، تکنولوژی‌ها و فرایندهای جدید سازگار با محیط (زیست)	۰/۷۵			

سازه‌ها و اقلام	λ	α	ρc	AVE
یکپارچه‌سازی ارزش‌هایی مانند احترام به دیگران و حقوق بشر در اجرای یک تحقیق علمی	۰/۶۴			
آموزشِ ارزش‌های محیطی		۰/۷۶	۰/۸۴	۰/۵۲
آموزش عادت‌های سازگار با محیط و ارزش‌های پایدار	۰/۸۴			
آگاهی دانشگاه از مشکلات محیطی	۰/۶۹			
آموزش‌های فنی و حرفه‌ای برای حل مشکلات محیطی	۰/۷۸			
اضافه کردن اخلاق حرفه‌ای و مباحث اخلاقی به سرفصل‌ها	۰/۶۴			
حفظ محیط زیست دانشگاه	۰/۶۳			
مدیریت داخلی		۰/۷۰	۰/۸۱	۰/۵۲
ترویج احترام به گوناگونی افراد و فرصت‌های برابر برای کارگران	۰/۷۶			
برگزاری انتخابات شفاف همراه با دموکراسی برای انتخاب مدیران و مقامات	۰/۷۲			
تعادل کار و زندگی برای استادان و کارمندان	۰/۷۳			
توزیع منابع به‌صورت منطقی و بهینه	۰/۶۹			
رابطه بین دانشگاه با شرکت‌ها		۰/۷۱	۰/۸۱	۰/۵۳
تعدیل کردن سرفصل‌ها براساس نیاز همه بخش‌های اقتصادی	۰/۶۳			
ترویج کارآفرینی در میان دانشجوها	۰/۷۴			
انتقال دانش به شرکت‌ها	۰/۷۲			
همکاری با کارمندان در راستای پیشرفت در آموزش حرفه‌ای و استخدام (کارآموزی)	۰/۸۱			
آموزشِ ارزش‌های اجتماعی		۰/۶۵	۰/۸۰	۰/۵۸
ترویج احترام به گوناگونی افراد و ایجاد فرصت‌های برابر برای دانشجوها	۰/۸۰			
به رسمیت شناختن نظردانشجوها و مشارکت آن‌ها	۰/۷۱			
آموزش ارزش‌های انسانی و اجتماعی و ترویج همبستگی مدنی	۰/۷۶			

λ (loading); α (Cronbach's alpha); ρc (composite reliability); AVE (average variance extracted) *p<.001
محاسبات نویسنده (based on two-tailed t-test with 499 df).

جدول (۳) ویژگی‌های روان‌سنجی از درک کلی از معیارهای USR، کیفیت خدمات و رضایت

سازه‌ها و اقلام	λ	α	ρc	AVE
درک کلی از USR		۰/۷۸	۰/۸۷	۰/۶۹
دانشگاه من پتانسیل زیادی برای مشارکت در احترام به محیط دارد	۰/۸۰			
دانشگاه من پتانسیل زیادی برای مشارکت در توسعهٔ اقتصادی دارد	۰/۸۵			
دانشگاه من پتانسیل زیادی برای مشارکت در حل مشکلات اجتماعی دارد	۰/۸۴			
کیفیت خدمات		۰/۷۸	۰/۸۵	۰/۵۳
دانشگاه من زیرساخت و منابع با کیفیتی دارد	۰/۶۸			

سازه‌ها و اقلام	λ	α	ρc	AVE
مدرک دانشگاه من کیفیت زیادی دارد	۰/۷۹			
استادان دانشگاه من وظایفشان را با کیفیت انجام می‌دهند	۰/۷۴			
کارکنان مدیریت و خدمه در دانشگاه من وظایفشان را با کیفیت انجام می‌دهند	۰/۶۵			
دانشگاه من نسبت به سایر دانشگاه‌ها خدمات باکیفیتی انجام می‌دهد	۰/۷۸			
رضایت		۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۶۶
من از آموزشی که دانشگاه ارائه می‌دهد رضایت دارم	۰/۸۱			
تصمیم من مبنی بر انتخاب دانشگاه درست بوده است	۰/۸۴			
به‌صورت کلی از تجربیاتم در دانشگاه راضی هستم	۰/۷۷			
من این دانشگاه را به دیگران پیشنهاد می‌دهم	۰/۸۷			
من از متعلق بودن به این دانشگاه افتخار می‌کنم	۰/۸۳			
تجربیات دانشگاهی من انتظارات من را برآورده کرد	۰/۷۶			

λ (loading); α (Cronbach's alpha); ρc (composite reliability); AVE (average variance extracted)*p< .001 (based on two-tailed t-test with 499 df). محاسبات نویسنده

جدول (۴) مقایسه تأثیرهای مستقیم و گروه‌ها

ضرایب مسیر	تاثیر مستقیم (β)
طرح‌ریزی خارجی. درک کلی از USR	۰/۱۳
تحقیقات. درک کلی از USR	۰/۱۲
آموزش ارزش‌های محیط زیستی. درک کلی از USR	۰/۰۹
مدیریت داخلی. درک کلی از USR	۰/۲۲**
رابطه دانشگاه با شرکت. درک کلی از USR	۰/۰۱
آموزش ارزش‌های اجتماعی. درک کلی از USR	۰/۰۷
درک کلی از USR. کیفیت خدمات	۰/۵۷**
درک کلی از USR. رضایت	۰/۱۷**
کیفیت خدمات. رضایت	۰/۶۱**

**p < .001 (based on two-tailed t-test with 499 df). محاسبات نویسنده
onal Civic Review, Vol. 94, No. 2, pp. 46-54.

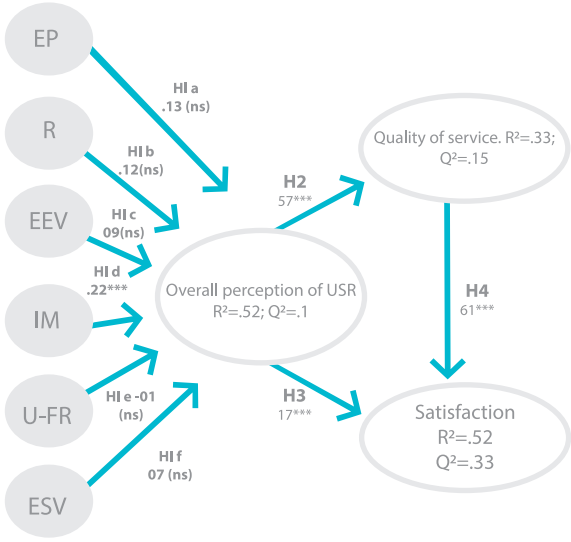
آزمون مدل

پس از آنکه ضریب اطمینان و اعتبار مدل‌های اندازه‌گیری سنجیده شد، ما به تحلیل روابط فرض شده بین متغیرهای درونی پرداختیم. در یک روند، ۵۰۰ بار نمونه‌گیری به‌صورت خود به خودی (بوت استرپ) برای مشخص کردن معنی‌داری هر مسیر تخمین زده شده در مدل انجام شد. بر طبق این نتایج، جدول (۴) تأثیرات مستقیم به دست آمده برای نمونه‌های کلی را تنها بر اساس سطح معنی‌داری آن‌ها نشان می‌دهد. از آنجایی که تنها مدیریت داخلی تأثیر مثبت روی معیار درک کلی USR داشته است، فرضیه ۱ تا اندازه‌های ثابت شده است ($\beta = .22, p < .001$). در حالی که بقیه عوامل به‌صورت معنی‌داری بر درک کلی دانشجویان از مشارکت دانشگاه در اهداف اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی تأثیر نداشته است. با توجه به نقش معیارِ درک کلی از USR در مدل، نتایج تأثیر مستقیم آن بر کیفیت خدمات ($\beta = .57, p < .001$) و رضایتمندی ($\beta = .17, p < .001$) را نشان می‌دهد. بنابراین صحت فرضیه ۲ و ۳ ثابت می‌شود. به همین ترتیب، می‌توان گفت کیفیت خدمات به‌طور مستقیم بر

رضایتمندی تأثیر می‌گذارد (β = .61, p <.001) که این فرضیه ۴ را نیز اثبات می‌کند.

در رابطه با این نتایج، شکل (۱) نیز نشان‌دهنده ضرایب مسیرها، سطح معنی‌داری آن‌ها و شاخص R2 برای تنظیم کلی مدل است. در مجموع، روابطی که ظاهراً معنی‌دار در نظر گرفته شدند، ۲۲٪ پراکندگی در معیار درک USR, 33٪ پراکندگی در کیفیت خدمات و ۵۲٪ پراکندگی در میزان رضایتمندی را دارند. همچنین مقادیر Q2 در ارتباط با معیار(Geisser, 1974; Stone, 1974) به‌طور ثابتی بالاتر از صفر بودند که نشان‌دهنده برآورده شدن پیش‌نیازهای مدل برای پیش‌بینی است (Chin, 1998).

شکل (۱) مدل تجربی



***p < .001; ns: non-significant (based on two-tailed t-test with 499 df).
EP: طرح ریزی خارجی، R: تحقیقات، EEV: آموزش ارزش‌های محیطی، IM: مدیریت داخلی، U-FR: روابط دانشگاه و شرکت، ESV: آموزش ارزش‌های اجتماعی، Overall perception of USR: درک کلی از مسئولیت‌های اجتماعی دانشگاه.
منبع: نویسنده

نتایج

این مقاله نتایجی در راستای ساخت یک مدل برای مسئولیت اجتماعی دانشگاه و آزمایش تأثیر این مدل بر کیفیت خدمات و رضایت دانشجویان ارائه می‌دهد. بر اساس این نتایج، مطالعه‌ای برای تحلیل درک دانشجویان از USR در دانشگاه لئون اسپانیا انجام شد و در آن اطلاعات پایه‌ای مفید برای دانشگاه‌ها تولید شده است که به کمک آن می‌توانند استراتژی‌های بازاریابی خود را طبق معیارهای مسئولیت‌پذیری طراحی و اجرا کنند و بر همین اساس، به کیفیت بالاتری در خدمات و رضایتمندی بیشتری در دانشجویان دست پیدا کنند.

با درنظر داشتن مطالعه قبلی روی USR (Burcea & Marinescu, 2011; Matten, Moon, 2004; Moon & Orlitzky, 2011)، در اینجا مدل جدیدی برای درک جوامع آموزشی از USR بر اساس چهار تأثیر مربوط به دانشگاه یعنی آموزش، تحقیقات، مدیریت داخلی و طرح‌ریزی خارجی ارائه شده است (Vallaeys, 2008; Vallaeys et al., 2009). با این حال تحلیل آماری روی داده‌ها منجر به شناسایی شش عامل برای تعریف دیدگاه دانشجویان از USR شد.

بر اساس این نتایج، مدل بر پایه تأثیر (Vallaeys, 2008; Vallaeys et al., 2009) قادر به شناخت دیدگاه دانشجویان نسبت به USR نبود. خصوصاً موارد مرتبط به طرح‌ریزی خارجی، آموزش و تحقیقات از دید دانشجویان وابسته به USR نبودند. تحلیل این عوامل شش بعد برای USR از دید شرکت‌کننده‌ها را تعریف کرد: طرح‌ریزی خارجی، مدیریت داخلی، تحقیقات، آموزش ارزش‌های محیطی، آموزش ارزش‌های اجتماعی

و رابطه دانشـــگاه با شرکت‌ها؛ اما تنها یکی از آن‌ها (مدیریت داخلی) روی درک کلی از USR تأثیر معنی‌دار داشت. به نظر می‌رسید داشجویان این دانشگاه دانش عمیقی نسبت به مدیریت داخلی داشتند چراکه دانشگاه در طی چندین سال متوجه اهمیت عواملی چون شرایط کارکنان، بخشیدن شخصیت اجتماعی به آنان، ارتقای تعادل در زندگی و کار آنان، احترام به گوناگونی افراد و برابری فرصت‌ها، توزیع کارآمد و منطقی منابع و روند انتخاب شفاف و دموکراتیک مدیران شده است که اگرچه هیچ‌کدام از این عوامل مرتبط با دانشجویان نیستند، اما به‌خوبی توســـط آن‌ها درک شده است. در نتیجه، پاسخ‌دهندگان رضایت بیشتری از عملکرد دانشگاه در USR داخلی داشـــتند که این می‌تواند تحت‌تأثیر دیگر جنبه‌های USR (مانند تحقیقات، آموزش ارزش‌های محیطی، رابطه دانشگاه با شرکت‌ها، آموزش ارزش‌های اجتماعی و طرح‌ریزی خارجی) نیز باشد، اما چون خارج از زندگی روزمره دانشـــجویان هستند به‌عنوان عواملی که بر درک از USR آن‌ها تأثیر گذاشته است، از سوی آنان در نظر گرفته نشده است.

در تلاشی که برای غلبه بر محدودیت‌های مطالعات قبلی صورت گرفت، مطالعه ما یک مدل توصیفی برای USR ارائه می‌دهد که در آن تلاش شده است تعمیم به آموزش عالی و تأثیر آن بر کیفیت خدمات و رضایت دانشـــجویان ثابت شود. از این دیدگاه، این مطالعه نشـــان می‌دهد که درک مثبت از USR منجر به خدمات باکیفیت‌تر و رضایت بیشتر دانشجویان می‌شود. این شواهد پیشنهاد می‌کند توجه بیشتر به USR در آموزش ارزش‌های محیطی و اجتماعی، تحقیقات، مدیریت داخلی و طرح‌ریزی خارجی در دانشگاه‌ها، همگی می‌توانند باعث بالا رفتن کیفیت و رضایتمندی دانشجویان شود. با توجه به این می‌توان نتیجه گرفت جذب دانشجویان به مفاهیم USR نقش مهمی در حرفه‌ای شدن و ابتکار عمل آنان دارد.

از دیـــدگاه بازاریابی دانشـــگاه‌ها نیز این نتایج همانـــند نتایج مطالعات قبلی، پیشـــنهاد می‌کند برای دســـتیابی به اســـتانداردهای کیفی بالاتر، رضایتمندی و در کل تجربه بهتری از دانشگاه در دانشجویان، دانشـــگاه‌ها نیازمند کار روی گســـترش ایـــن اقدامات و بهبود آموزش‌های مســـئول و پایدار هســـتند (Christensen et al., 2007; Moon, Orlitzky, 2011; Setó-Pamiés, 2011). بنابرایـــن محتویات USR در زمینه آموزش، پژوهش و مدیریت داخلی و خارجی در دانشگاه می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی بازاریابی دیده شود که هدف آن رضایت بیشتر دانشـــجویان (به‌عنوان کارکنان) و در نتیجه به دست آوردن اعتبار بالاتری برای دانشگاه است. در این رابطه هدف اصلی این مقاله تنظیم یک مستند برای توجه به USR به‌عنوان یک استراتژی بازاریابی برای برنامه تحصیلی دانشـــگاه، از طریق بررسی نظرات فعلی دانشجویان نسبت به USR بوده است. همچنین مطابق با یافته‌های قبلی (Carrillat et al., 2009; Chia et al., 2008; Molinari etal., 2008; Munteanu et al., 2010)، نتایج نشان می‌دهد که کیفیت خدمات در دانشگاه می‌تواند رضایت دانشجویان را پیشبینی کند. این وضعیت منجر به بهبود جایگاه و شناخته شدن دانشگاه می‌شود، ریزش دانشجویان را کاهش می‌دهد و دانشجویان جدید را جذب می‌کند. به این ترتیب، مدل USR، که به‌عنوان یک موضوع متقابل در همه زمینه‌ها توسعه داده می‌شود، به‌عنوان یک مزیت رقابتی نسبت به سایر دانشگاه‌ها نیز در نظر گرفته می‌شود.

اگرچه این مقاله یک تحلیل اکتشافی از درک دانشجویان از مفهوم USR را ارائه می‌دهد، تحقیقات بیشتری روی این موضوع باید صورت گیرد. ابتدا باید به چارچوب تئوری استفاده شده برای کاربرد مدل USR توجه شده و با تمرکز ویژه‌ای به بررسی ادراک دانشجویان از USR و پرورش‌های تئوری ناکافی بپردازیم. همچنین ما نیازمند تکرار نتایج به دست آمده یا ارائه موارد متفاوتی در اندازه‌گیری USRهستیم. دوم اینکه این داده‌ها در یک دانشگاه در اسپانیا به دست آمده است و بنابراین برای دستیابی به نتایج کلی‌تر این تحلیل‌ها باید به دیگر دانشگاه‌های اســـپانیا و همچنین مؤسسات خارجی تعمیم داده شود. علاوه بر این، کامل کردن این مدل با دیگر متغیرهای تجربی دانشگاه، مانند وفاداری، اعتماد و اعتبار، مناسب خواهد بود. همچنین به منظور در نظر گرفتن دیگر عوامل درونی برای افزایش اعتبار پیش‌بینی در مرحله اول این مدل، به مطالعات جدیدی نیاز اســـت تا بتواند خلأ این مطالعه در رابطه با سطح پایین شواهد در پیشبینی شاخص ادراک USR را پر کند■

فهرست منابع

1. Angell, R. J., Heffernan, T. W., Megicks, P. (2008), "Service quality in postgraduate education", Quality Assurance in Education, Vol. 16, No. 3, pp. 236–254.
2. Argandoña, A. (2012), Otra definición de responsabilidad social. Cátedra "La Caixa" de Responsabili
dad Social de la empresa y gobierno corporativo. IESE Business School. Universidad de Navarra.
3. Barclay, D., Higgins, C., Tompson, R. (1995), "Te partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration", Technology Studies, Vol. 2, No. 2, pp. 285-309.
4. Barnes, B. R. (2007), "Analysing service quality: the case of post-graduate Chinese students", Total Quality Management & Business Excellence, Vol. 18, No. 3, pp. 313–331.
5. Bitner, M.J. (1990), "Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses", Journal of Marketing, Vol. 54, No. 2, pp. 69-82.
6. Bolton, R.N., Drew, J.H. (1991), "A multistage model of customers' assessments of service quality and
value", Journal of Consumer Research, Vol. 17, No. 4, pp. 375-384.
7. Burcea, M., Marinescu, P. (2011), "Students' perceptions on corporate social responsibility at the aca demic level. Case study: Te faculty of administration and business", University of Bucharest. Amfite atru Economic, Vol. 13, No. 29, pp. 207-220.
8. Carrilat, F.A., Jaramillo, F., Mulki, J.P. (2009), "Examining the impact of service quality: a meta-analysis
of empirical evidence", Journal of Marketing Teory and Practice, Vol. 17, No. 29, pp. 95-110.
9. Casani, F., Pérez, C. (2009), "La responsabilidad social en las universidades públicas españolas: Vec tores de cambio en la gobernanza", Investigaciones de Economía de la Educación, Vol. 4, pp. 127-137.
10. Ceulemans, K., De Prins, M., Cappuyns, V., De Coninck, W. (2011), "Integration of sustainable devel opment in higher education's curricula of applied economics: Large-scale assessments, integration strategies and barriers", Journal of Management and Organization, Vol. 17, No. 5, pp. 621-640.
11. Chia, J., Hsu, J. Hsu, C.M. (2008), "Te relationships between service quality and customer satisfaction
in a leading Chinese web 2.0 company", Te Business Review, Cambridge, Vol. 11, No. 1, pp. 84-90.
12. Chin, W.W. (1998), "Te partial least squares approach for structural equation modeling", in Marcou lides, G.A. (Ed.), Modern methods for business research, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, pp. 295-336.
13. Chin, W.W. (1998a), "Issues and opinion on structural equation modeling", MIS Quartely, Vol. 22, No. 1, pp. 7-16.
14. Christensen, L.J., Peirce, E., Hartman, L.P., Hoffman, W.M., Carrier, J. (2007), "Ethics, CSR, and sus
tainability education in the financial times top 50 global business schools: Baseline data and future research directions", Journal of Business Ethics Education, Vol. 73, No. 4, pp. 347–368.
15. Correia, S. M., Miranda, F. J. (2012), "DUAQUAL: Te quality perceived by teachers and students in
university management", Cuadernos de Gestión, Vol. 12, No. 1, pp. 107-122.
16. Dellaportas, S. (2006), "Making a difference with a discrete course on accounting ethics", Journal of Business Ethics, Vol. 65, No. 4, pp. 391-404.
17. Ehrlich, T. (2000). Civic Responsibility and Higher Education, Westport: Te American Council on Education and the Oryx Press.
18. Elliott, K. M., Healy, M. A. (2001), "Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention", Journal of marketing for higher education, Vol. 10, No. 4, pp. 1-11.
19. Esfijani, A., Hussain, F., Chang, E. (2013), "University social responsibility ontology", International Journal of Engineering Intelligent Systems, Vol. 21, No 4, pp. 271–281.
20. European Commission. (2011), A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, Brussels.
21. Fornell, C., Larker, D.F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", Journal of Marketing Research, Vol. 18, No. 1, pp. 39-50.
22. Gaete, R. (2009), Participación de los stakeholders en la evaluación del comportamiento socialmente responsable de la gestión universitaria: perspectivas, obstáculos y propuestas. XV Congreso de la Aso ciación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), Valladolid.
23. Gaete, R. (2012), Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad
con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. Un estudio de caso. PhD. Tesis. Univer sidad de Valladolid, Valladolid.
24. Galang, A. P. (2010), "Environmental Education for Sustainability in Higher Education Institutions in the Philippines", International Journal of Sustainability in Higher Education, Vol. 11, No.2, pp. 173-183.
25. Gasca, P.E., Olvera, G.J.C. (2011), "Construir ciudadanía desde las universidades, responsabilidad so cial universitaria y desafíos ante el siglo XXI. Convergencia", Revista de Ciencias Sociales. Universidad
Autónoma del Estado de México, Vol. 18, No. 56, pp. 37-58.
26. Geisser, S. (1974), "A predictive approach to the random effects model", Biometrica, Vol. 61, No. 1, pp. 101-107.
27. Giese, J. L., Cote, J. A. (2000), "Defining customer satisfaction", Academy of Marketing Science Review, Vol. 2000, No. 1, pp. 1–34.
28. Hair, J.F.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C. (1998). Multivariete data analysis (5th ed.), Lon dres: Prentice Hall International.
29. Harvey, L., Green, D. (1993), "Defining quality", Assessment and Evaluation in Higher Education, Vol. 18, No. 1, pp. 9-34.
30. Hulland, J. (1999), "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies", Strategic Management Journal, Vol. 20, No. 2, pp. 195-204.
31. Juillerat, S. L. (1995), Investigating a two-dimensional approach to the assessment of student satisfac
tion: Validation of the student satisfaction inventory. (Ph.D. dissertation, Temple University, Philadel phia, PA) Retrieved March 01, 2008, from ProQuest

las universidades públicas “, Pecvnia, Vol. 9, pp. 157-180.
47. Nunnally, J.C. (1978). Psychometric Teory. Nueva York: McGraw-Hill.
48. Nunnally, J.C., Bernstein, I.H. (1994). Psychometric theory (3ª Ed.). Nueva York: McGraw-Hill.
49. O’Neill, M.A., Palmer, A. (2004), “Importance-performance analysis: a useful tool for directing con tinuous quality improvement in higher education”, Quality Assurance in Education, Vol. 12, No. 1, pp. 39-52.
50. Oliveira-Brochado, A., Marqués, R. (2009), “Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education”, Quality Assurance in education, Vol. 17, No. 2, pp. 174-190.
51. Pareda, M., Airey, D. W., Bennett, M. (2007), “Service quality in overseas education: Te experience of overseas students”, Journal of Hospitality, Leisure Sport and Tourism Education, Vol. 6, No. 2, pp. 55–67.
52. Qureshi, T. M., Shaukat, M. Z., Hijazi, S. T. (2010), “Service Quality SERVQUAL model in higher education institutions. What factors are to be considered? Interdisciplinary”, Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 2, No. 5, pp. 281–290.
53. Ringle, C.M., Wende S., Will A. (2005), “SmartPLS 2.0 (M3) beta”, Available at: http://www.smartpls.com (Accessed on: March 20, 2014)
54. Setó-Pamiés, D., Domingo-Vernis, M., Rabassa-Figueras, N. (2011), “Corporate social responsibility in management education: Current status in Spanish universities”, Journal of Management and Organiza tion, Vol. 17, No. 5, pp. 604-620.
55. Srikanthan, G., Dalrymple, J. F. (2007), “A conceptual model overview of a holistic model for quality in higher education”, International Journal of Education Management, Vol. 21, No. 3, pp. 173–193.
56. Stone, M. (1974), “Cross validatory choice and assessment of statistical predictions”, Journal of the Royal Statistical Society, Vol. 36, No. 1, pp. 111-147.
57. Sullivan, W.M. (2003), “Te University as Citizen: Institutional Identity and Social Responsibility. A Special Report”, Te Civic Arts Review, Vol. 16, No. 1, pp. 1-14.
58. Tilbury, D. (2011), “Higher education for sustainability: a global overview of commitment and pro
gress”, Higher education in the world, Vol. 4, pp.18-28.
59. Vallaeys, F. (2008), “Responsabilidad social universitaria: Una nueva filosofía de gestión ética e inteli gente para las universidades”, Revista Educación Superior y Sociedad: nueva Época, Vol. 13, No. 2, pp. 193-220.
60. Vallaeys, F., De la Cruz, C., Sasia, P. (2009). Responsabilidad social universitaria. Manual primeros pasos. México DF: Mc Graw Hill.
61. Vázquez, J. L., Aza C.L., Lanero A. (2014), “Are students aware of university social responsibility? Some insights from a survey in a Spanish university”, International Review on Public and Nonprofit Marketing, Vol. 11, No. 3, pp. 195-208.
62. Voss, R., Gruber, T., Szmigin, I. (2007), “Service quality in higher education: Te role of students’ ex pectations”, Journal of Business Research, Vol. 60, No. 9, pp. 949–959.
63. Wilhite, S.C., Silver, P.T., (2005), “A False Dichotomy for Higher Education: Educating Citizens vs.
Educating Technicians”, National Civic Review, Vol.
Digital Dissertations database, (Publication No. AAT 9527493).
32. Kunstler, B. (2006), “Te millennial university, then and now: from late medieval origins to radical transformation”, On the Horizon, Vol. 14, No. 2, pp. 62-69.
33. Larrán- Jorge, M., Hernández, A. L., Cejas, M. Y. C. (2012), “Stakeholder Expectations in Spanish Public Universities: An Empirical Study. International”, Journal of Humanities and Social Science, Vol.
2, No. 10, pp. 1-13.
34. Larrán-Jorge, M., López-Hernandez, A., Herrera, J., Andrades, F.J. (2012a), “Do Spanish Public Univer sities Use Corporate Social Responsibility as a Strategic and Differentiating Factor?”, Revista Interna tional Journal of Humanities and Social Science, Vol. 2, No. 11, pp. 29-44.
35. López Armengol, M., Colombo, M.P. (2013), “Calidad y la responsabilidad social universitaria: ejes para un nuevo modelo de educación superior”, Revista Ciencias Administrativas, Vol. 1, No. 1, pp. 1-7.
36. Luthar, H. K., Karri, R. (2005), “Exposure to ethics education and the perception of linkage between organizational ethical behaviour and business outcomes”, Journal of Business Ethics, Vol. 61, No. 4, pp.
353-368.
37. Martí, J.J., Martínez, F., Martí, M., Marí, R. (2008), “Responsabilidad social universitaria: Acción apli cada de valoración del bienestar psicológico en personas adultas mayores institucionalizadas”, Revista Polis, Vol. 5, No. 18.
38. Matten, D., Moon, J. (2004),” Corporate Social Responsibility Education in Europe”, Journal of Business Ethics, Vol. 54, No. 4, pp. 323-337.
39. McDonald, G.M. (2004), “A case example: Integrating ethics into the academic business curriculum”,
Journal of Business Ethics, Vol. 54, No. 4, pp. 371-384.
40. Ministry of Education (2011), “La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible”, Available at: http://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14925 (Accessed on: April 3, 2014)
41. Molinari, L.K., Abratt, R., Dion, P. (2008), “Satisfaction, quality and value and effects on repurchase
and positive word of mouth behavioral intentions in a B2B services context”, Journal of Services Mar keting, Vol. 22, No. 5, pp. 363-373.
42. Moneva, J. M. (2007). Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa?. En Responsa bilidad Social Corporativa. Barcelona: de ACCID Contabilidad y Dirección.
43. Moon, J., Orlitzky, M. (2011), ”Corporate social responsibility and sustainability education: A trans Atlantic comparison”, Journal of Management and Organization, Vol. 17, No. 5, pp. 583-603.
44. Muijen, H (2004), “Corporate Social Responsibility Starts at University”, Journal of Business Ethics, Vol. 53, No. 1-2, pp. 235-246.
45. Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobâlca, C., Anton, O. (2010), “An analysis of customer satisfaction in a higher education context”. International Journal of Public Sector Management, Vol. 23, No. 2, pp. 124-140.
46. Núñez Chicharro, M., Alonso Carrillo, I. (2009), “La responsabilidad social en el mapa estratégico de

responsabilidad social en el mapa estratégico de
las universidades públicas “, Pecvnia, Vol. 9, pp. 157-180.
47. Nunnally, J.C. (1978). Psychometric Teory. Nueva York: McGraw-Hill.
48. Nunnally, J.C., Bernstein, I.H. (1994). Psychometric theory (3ª Ed.). Nueva York: McGraw-Hill.
49. O’Neill, M.A., Palmer, A. (2004), “Importance-performance analysis: a useful tool for directing con tinuous quality improvement in higher education”, Quality Assurance in Education, Vol. 12, No. 1, pp. 39-52.
50. Oliveira-Brochado, A., Marqués, R. (2009), “Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education”, Quality Assurance in education, Vol. 17, No. 2, pp. 174-190.
51. Pareda, M., Airey, D. W., Bennett, M. (2007), “Service quality in overseas education: Te experience of overseas students”, Journal of Hospitality, Leisure Sport and Tourism Education, Vol. 6, No. 2, pp.55–67.
52. Qureshi, T. M., Shaukat, M. Z., Hijazi, S. T. (2010), “Service Quality SERVQUAL model in higher education institutions. What factors are to be considered? Interdisciplinary”, Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 2, No. 5, pp. 281–290.
53. Ringle, C.M., Wende S., Will A. (2005), “SmartPLS 2.0 (M3) beta”, Available at: http://www.smartpls.com (Accessed on: March 20, 2014)
54. Setó-Pamiés, D., Domingo-Vernis, M., Rabassa-Figueras, N. (2011), “Corporate social responsibility in management education: Current status in Spanish universities”, Journal of Management and Organiza tion, Vol. 17, No. 5, pp. 604-620.
55. Srikanthan, G., Dalrymple, J. F. (2007), “A conceptual model overview of a holistic model for quality in
higher education”, International Journal of Education Management, Vol. 21, No. 3, pp. 173–193.
56. Stone, M. (1974), “Cross validatory choice and assessment of statistical predictions”, Journal of the Royal Statistical Society, Vol. 36, No. 1, pp. 111-147.
57. Sullivan, W.M. (2003), “Te University as Citizen: Institutional Identity and Social Responsibility. A Special Report”, Te Civic Arts Review, Vol. 16, No. 1, pp. 1-14.
58. Tilbury, D. (2011), “Higher education for sustainability: a global overview of commitment and pro
gress”, Higher education in the world, Vol. 4, pp.18-28.
59. Vallaeys, F. (2008), “Responsabilidad social universitaria: Una nueva filosofía de gestión ética e inteli gente para las universidades”, Revista Educación Superior y Sociedad: nueva Época, Vol. 13, No. 2, pp. 193-220.
60. Vallaeys, F., De la Cruz, C., Sasia, P. (2009). Responsabilidad social universitaria. Manual primeros pasos. México DF: Mc Graw Hill.
61. Vázquez, J. L., Aza C.L., Lanero A. (2014), “Are students aware of university social responsibility? Some insights from a survey in a Spanish university”, International Review on Public and Nonprofit Market ing, Vol. 11, No. 3, pp. 195-208.
62. Voss, R., Gruber, T., Szmigin, I. (2007), “Service quality in higher education: Te role of students’ ex pectations”, Journal of Business Research, Vol. 60, No. 9, pp. 949–959.
63. Wilhite, S.C., Silver, P.T., (2005), “A False Dichotomy for Higher Education: Educating Citizens vs. Educating Technicians”, National Civic Review, Vol. 94, No. 2, pp. 46-54.
94, No. 2, pp. 46-54.
phia, PA) Retrieved March 01, 2008, from ProQuest Digital Dissertations database, (Publication No. AAT 9527493).
32. Kunstler, B. (2006), “Te millennial university, then and now: from late medieval origins to radical transformation”, On the Horizon, Vol. 14, No. 2, pp. 62-69.
33. Larrán- Jorge, M., Hernández, A. L., Cejas, M. Y. C. (2012), “Stakeholder Expectations in Spanish Public Universities: An Empirical Study.International”, Journal of Humanities and Social Science, Vol. 2, No. 10, pp. 1-13.
34. Larrán-Jorge, M., López-Hernandez, A., Herrera, J., Andrades, F.J. (2012a), “Do Spanish Public Univer sities Use Corporate Social Responsibility as a Strategic and Differentiating Factor?”, Revista Interna tional Journal of Humanities and Social Science, Vol. 2, No. 11, pp. 29-44.
35. López Armengol, M., Colombo, M.P. (2013), “Calidad y la responsabilidad social universitaria: ejes para un nuevo modelo de educación superior”, Revista Ciencias Administrativas, Vol. 1, No. 1, pp. 1-7.
36. Luthar, H. K., Karri, R. (2005), “Exposure to ethics education and the perception of linkage between organizational ethical behaviour and business outcomes”, Journal of Business Ethics, Vol. 61, No. 4, pp. 353-368.
37. Martí, J.J., Martínez, F., Martí, M., Marí, R. (2008), “Responsabilidad social universitaria: Acción apli cada de valoración del bienestar psicológico en personas adultas mayores institucionalizadas”, Revista Polis, Vol. 5, No. 18.
38. Matten, D., Moon, J. (2004),” Corporate Social Responsibility Education in Europe”, Journal of Business
Ethics, Vol. 54, No. 4, pp. 323-337.
39. McDonald, G.M. (2004), “A case example: Integrating ethics into the academic business curriculum”,
Journal of Business Ethics, Vol. 54, No. 4, pp. 371-384.
40. Ministry of Education (2011), “La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible”, Available at: http://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14925 (Accessed on: April 3, 2014)
41. Molinari, L.K., Abratt, R., Dion, P. (2008), “Satisfaction, quality and value and effects on repurchase
and positive word of mouth behavioral intentions in a B2B services context”, Journal of Services Mar keting, Vol. 22, No. 5, pp. 363-373.
42. Moneva, J. M. (2007). Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa?. En Responsa bilidad Social Corporativa. Barcelona: de ACCID Contabilidad y Dirección.
43. Moon, J., Orlitzky, M. (2011), ”Corporate social responsibility and sustainability education: A trans Atlantic comparison”, Journal of Management and Organization, Vol. 17, No. 5, pp. 583-603.
44. Muijen, H (2004), “Corporate Social Responsibility Starts at University”, Journal of Business Ethics, Vol. 53, No. 1-2, pp. 235-246.
45. Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobâlca, C., Anton, O. (2010), “An analysis of customer satisfaction in a higher education context”. International Journal of Public Sector Management, Vol. 23, No. 2, pp. 124-140.
46. Núñez Chicharro, M., Alonso Carrillo, I. (2009), “La