



فضل الله امینی:  
فوق لیسانس مدیریت  
اجرایی و کارشناس  
مدیریت

## مسئولیت‌های اجتماعی مدیران و نگاه‌های کسب و کار

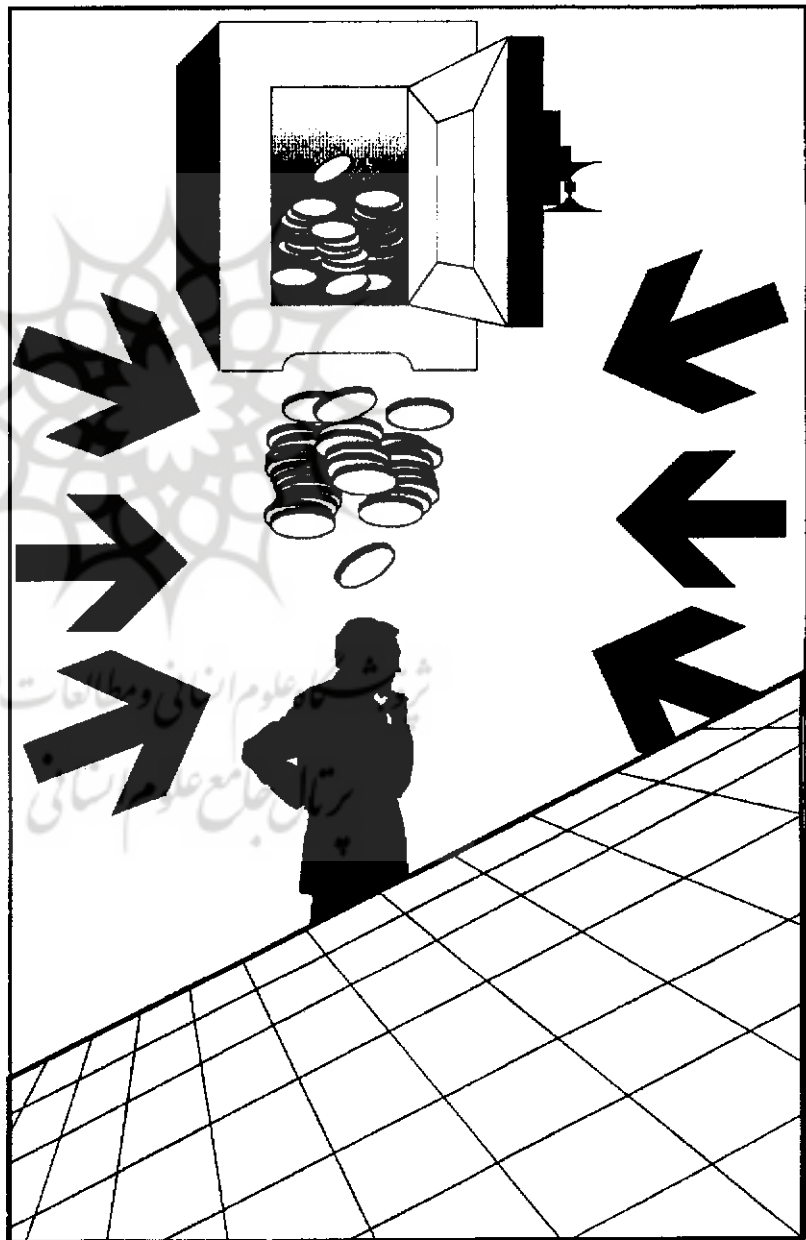
### قدمه

امروزه کمتر می‌توان کتابی درباره مدیریت یافت که به بحث مسئولیت‌های اجتماعی نگاه‌ها و مدیران آنها نپرداخته باشد و در این میان کتاب‌های مدیریت مرتبط با مباحث راهبردی تأکید بیشتری در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی دارند. مقوله مسئولیت‌های اجتماعی، پیشینه‌ای متجاوز از یکصدسال دارد. شاخه‌های بحث مسئولیت‌های اجتماعی، کشورهای صنعتی مغرب زمین است. در آن کشورها به دلایل گوناگون در مراحل اولیه، نظارت عمومی بر روند شتابان فعالیت نگاه‌های تولیدی و خدماتی، اندک بود. نحوه عمل پاره‌ای از نگاه‌ها در این دوران نگرانی‌هایی را در بین مردم برانگیخت و بنابراین بحث در مجامع عمومی و مطبوعات بالا گرفت. ماده اصلی بحث این بود که انگیزه بیشینه کردن سود نگاه‌ها و توجه مطلق به منافع سهامداران به منافع عمومی جامعه آسیب می‌رساند و بنابراین مدیران نگاه‌ها وظیفه دارند علاوه بر منافع محدود نگاه خود به منافع و مصالح عام‌تر جامعه نیز بیندیشند. مسئولیت اجتماعی به نوعی محدودکننده و سامان‌دهنده انگیزه سودآوری و سودسازی مدیران خواهد بود. از این رو به تناسب دیدگاه‌های صاحب‌نظران درباره مسئولیت‌های اجتماعی نگاه‌ها و مدیران، موافقان و مخالفان ایجاد محدودیت برای نگاه‌ها، نظرات گوناگونی را بیان کردند.

این مقاله به شرح و نقد مهم‌ترین آراء اصحاب بحث در این زمینه می‌پردازد.

### تعریف

ترکیب «مسئولیت‌های اجتماعی» (SOCIAL RESPONSIBILITY) نزد مستفکران، معانی مختلف دارد. سرتو (CERTO) و گراف (GRAFF)، مسئولیت اجتماعی نگاه را این‌طور تعریف کرده‌اند: «تعهد و تکلیف مدیریت به انجام کارهایی که حافظ و ارتقا دهنده رفاه جامعه و علایق نگاه باشد»<sup>(۱)</sup>. کنت هاتن و ماری هاتن، مسئولیت اجتماعی نگاه را از منظر ذینفعان نگاه تعریف کرده‌اند: «[بحث مسئولیت‌های اجتماعی نگاه‌ها] وقتی مطرح می‌شود که در مدیریت ذینفعان نگاه خللی وارد شده باشد. بی‌توجهی نگاه به ذینفع خارجی، مثلاً سبب بروز پیامدهای ناگوار برای مصرف‌کننده کالای آن نگاه می‌شود و به این ترتیب حریم و مرز جامعه شکسته می‌شود...»



بنگاه را برآیند چهار مولفه زیر می‌داند:

- نیازهای اقتصادی؛
- رعایت قوانین و مقررات عمومی؛
- رعایت اخلاق کسب و کار؛
- مسئولیتهای بشردوستانه.

در مورد اول بنگاهها موظفند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورند و کالاها و خدمات مورد نیاز آن را تامین کنند و انواع گروههای مردم را از فرآیند کار بهره‌مند سازند.

در مورد دوم آنها وظیفه داوطلبانه به بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان خود توجه کنند. محیط زیست را نیالایند، از معاملات درون سازمانی بهره‌مند، دنبال انحصار نروند و مرتکب تبعیض نشوند (تبعیض تومی، تبعیض جنسی...).

سومین مولفه مسئولیت بنگاه، اخلاق کسب و کار است. در این قلمرو اصولی چون صداقت، انصاف و احترام جا دارد. چهارمین مولفه، مسئولیتهای بشردوستانه است. تعبیر دیگر کارول از این مولفه، «شهریوند خوب» بودن است، یعنی مشارکت بنگاه در انواع فعالیتهایی که معضلات جامعه را فرو کاهد و کیفیت زندگانی آن را بهبود بخشد.

پ - مفهوم ذینفعان

سومین ویژگی اخلاق کسب و کار جدید، پیدایش نظریه ذینفعان است. نظریه ذینفعان از این استدلال استفاده می‌کند که علاوه بر کسانی که در شرکت مفروض سهم مالکانه دارند، بسیاری از افراد و گروههای دیگر نیز در آن شرکت علاقه دارند و رفتار شرکت و نحوه راهبری آن، بر علاقه ایشان اثر می‌گذارد و بنابراین بایستی حقوق و علاقه این طیف گسترده از ذینفعان، در سیاستها و رفتار شرکت دیده شود.

در طیف گروههای ذینفع در بنگاهها، این گروهها را می‌توان مشاهده کرد: مالکان (سهامداران)، مدیران، کارکنان، مشتریان (مصرف‌کنندگان)، تامین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، دستگاههای ناظر بر حسن اجرای قوانین، سازمانهای پاسدار محیط زیست، مردم محل، فعالیت بنگاه، دولت، رقیب، بانکها و موسسههای مالی، رسانه‌ها، جامعه علمی. به این ترتیب شاید بتوان نتیجه گرفت که ویژگی سوم، دربرگیرنده دو مولفه نخست نیز هست و بنگاه یا مدیری که علاقه این طیف را در بنگاه در نظر بگیرد به مسئولیتهای خود (اقتصادی، اجتماعی، قانونی،

### مسئولیت اجتماعی تومی محدودکننده و سامان‌دهنده انگیزه سودآوری در مدیران است.



### اخلاق کسب و کار تفاوتی با سایر شعب اخلاق عملی مثل اخلاق پزشکی یا اخلاق اجتماعی ندارد.



### در یکصدسال اخیر قلمرو اخلاق کسب و کار گسترده‌تر و ماهیت آن پیچیده‌تر شده است.

گران‌فروشی، رباخواری، دزدی، بدرفتاری با مراجعان. در یک صدسال اخیر و خاصه در دهه‌های اخیر، قلمرو اخلاق کسب و کار گسترده‌تر و ماهیت آن پیچیده‌تر شده است. جک ماهونی<sup>(۲۱)</sup> استاد مدرسه تجارت لندن، برای اخلاقیات کسب و کار جدید، سه خصیصت قابل است:

#### الف - جواپگویی

اگر در گذشته، کاسب یا پیشه‌ور ملزم به رعایت ضوابط و اصول اخلاقی بود، در دوران معاصر بر اثر رشد چشمگیر بنگاههای پر قدرت - که چه‌بسا مدیران آنها، مالک و صاحب بنگاه نیستند - توجه از فرد به بنگاه معطوف شده است و البته این حرف به معنای مبرابردن افراد از مسئولیتهای اخلاقی نیست بلکه در شرایط جدید آنها نماینده بنگاه و کارگزار آن شناخته می‌شوند و در چارچوب فعالیت بنگاه، مسئول و پاسخگو هستند. تاکید اجتماعی بر این مقوله سبب شده که حتی پاره‌ای از بنگاهها برای خود ضوابط و اصول اخلاقی درون سازمانی تدوین کنند، هرچند که شائبه تظاهر در این کار منتفی نیست.

#### ب - مسئولیت اجتماعی

کارول<sup>(۲۲)</sup> در مطالعه‌ای که با عنوان «هرم مسئولیت اجتماعی بنگاه» منتشر شد برای هر بنگاه چهارده دسته مسئولیت اجتماعی قابل شده است. به تعبیر دیگر، او مسئولیت اجتماعی هر

پس به این ترتیب مسئولیت اجتماعی، مسئولیت مدیر آینده‌نگر است.<sup>(۲۳)</sup>

اگر این دو تعریف را با هم ترکیب کنیم، می‌توان مسئولیت اجتماعی بنگاهها یا مدیران آنها را چنین تعریف کرد:

«مسئولیتهای اجتماعی مدیران / بنگاهها عبارت است از الزام به پاسخ‌گویی و ارضای توقعات گروههای ذینفع خارجی اعم از مشتریان، تامین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، پاسداران محیط زیست و اهالی محل فعالیت واحد تولیدی / خدماتی، با حفظ منافع گروههای ذینفع داخلی اعم از مالکان یا سهامداران و کارکنان واحد»<sup>(۲۴)</sup>

برای شناخت مقوله مسئولیتهای اجتماعی بنگاهها و مدیران آنها، می‌توان از دو زاویه به موضوع وارد شد:

- از جهت آراء صاحب‌نظران و پیشینه بحث؛

- از جهت ابعاد و حدود مرز مسئولیتها در شرایط خاص.

#### ● پیشینه بحث و آرا مطروحه

مباحث قدیمی مرتبط با تعامل «جامعه» و «کسب و کار» را می‌توان زیر عنوان «اخلاق کسب و کار» (BUSINESS ETHICS) دسته‌بندی کرد. برای رسیدن به ساده‌ترین تعریف از اخلاق کسب و کار، بهتر است از منظر کاربری اصول و ارزشهای اخلاقی انسان متعارف در هدایت کسب و کار به آن توجه شود. از این منظر، اخلاق کسب و کار تفاوتی با سایر شعب اخلاق عملی مثل اخلاق پزشکی، یا اخلاق اجتماعی ندارد. تا این‌جا اگر مسئولیتی برای کاسب یا پیشه‌ور تصور می‌شود از حد صداقت و انصاف تجاوز نمی‌کند.

آهنگری را مجسم کنید که با چند شاگرد در روستایی فعالیت می‌کند. جامعه روستایی از او چه انتظاری دارد؟

- تولید کالای مرغوب و فروش منصفانه؛

- ایفای به‌موقع تعهدات؛

● رفتار انسانی و به‌نجار با شاگردان و مراجعان. مسئولیت اجتماعی کسبه و پیشه‌وران تا پیش از دوران جدید - یعنی عصر فعالیت‌های گسترده صنعتی و تولیدی - در همین حد بوده است. در آن دوران، نسبت‌های غیر اخلاقی منتسب به کسبه و پیشه‌وران از جمله عبارت بوده از:

کم فروشی، تقلب در کیفیت کالا، تقلب در وزن و حساب، بهره‌کشی ظالمانه از کارکنان،

اخلاقی) عمل کرده است.

● حدود مرز مسئولیتها

در تعیین حدود مرز مسئولیت بنگاهها، طیفی از عقاید گوناگون وجود دارد. در یک سر این طیف، کلاسیک، قرار دارند که معتقدند نباید هیچ محدودیتی برای بنگاه ایجاد شود. پناهی اعتقاد آنها «دست نامرئی» بازار، بنگاه را وادار می‌کند کالا یا خدمتی را عرضه کند که جامعه نیازمند آن است. از شخصیت‌های بارز این دسته، میلتون فریدمن اقتصاددان و برنده جایزه نوبل اقتصاد است.

فریدمن ضمن اعلام التزام بنگاهها به مسئولیت‌های قانونی معتقد است که «مسئولیت اجتماعی کسب و کار، یکسره افزایش سود است»<sup>(۱)</sup>. در واقع او مسئولیت اصلی بنگاه را مسئولیت اقتصادی می‌داند و مسئولیت‌های دیگر و از جمله بشردوستانه را در زمره مسئولیت‌های بنگاه نمی‌داند. او در توضیح نظر خود می‌گوید: «میل و آرزوی بنگاهها این است که تا آن جا که می‌توانند درآمد کسب کنند متناهی ضمن رعایت قواعد اساسی جامعه - چه آنها که قانون دارد و چه آنها که در عرف اخلاقی جامعه مستتر است» (همان جا).

در سر دیگر این طیف کسانی قرار دارند که به‌طور خلاصه معتقدند از آن جا که حیات بنگاه بستگی مستقیم به حیات جامعه دارد و بنگاه درون داده‌های خود را از جامعه می‌گیرد و برون‌داده‌های خود را به درون جامعه می‌ریزد، بنابراین مسئولیت‌های اجتماعی بنگاهها همه‌جانبه و فراگیر است و از جمله باید در حل و رفع معضلات اجتماعی با جامعه همکاری و مشارکت کنند. کارول این مسئولیتها را به یک هرم تشبیه کرده است که هرچه از قاعده (مسئولیت‌های اقتصادی) به سمت نوک هرم (مسئولیت‌های بشردوستانه) پیش برویم، از شدت و وسعت مسئولیتها کاسته می‌شود. (کارول همان‌جا) جنبش‌های حمایت از مصرف‌کنندگان و شهروندان از جمله معتقدان به بسط دامنه مسئولیت بنگاهها هستند. این جنبشها در بیشتر کشورهای پیشرفته صنعتی فعال هستند.

در میانه این طیف میانه‌روها قرار دارند که فرد شاخص آنها پیتر دراگر است. نظرات او در سه فصل از کتاب مهم او به نام «مدیریت»<sup>(۲)</sup> به تفصیل آمده است که به خاطر رعایت اختصار، چکیده آن نقل می‌شود. دراگر نخستین و مهم‌ترین مسئولیت

**جنبش‌های حمایت از مصرف‌کنندگان و شهروندان از جمله معتقدان به بسط دامنه مسئولیت بنگاهها هستند.**

**بنگاههای بزرگ و مدیران آنها باید به گرفتاریهای جامعه بیندیشند.**

**میزان اقبال به پذیرش مسئولیت اجتماعی در بین بنگاهها و مدیران کشورهای آنگلو ساکسون کمتر از کشورهای دیگر است.**

اجتماعی هر موسسه را عملکرد وظیفه و کار آن می‌داند و می‌گوید اگر بنگاهی نتواند کار اصلی خود را به‌خوبی انجام دهد، توان هیچ کار دیگر را ندارد. به‌زعم او کسب و کار ورشکسته، نه کارفرمای خوبی است، نه همسایه خوب، نه عضو خوب جامعه است، و نه می‌تواند برای گسترش کار خود سرمایه کافی فراهم کند و بنابراین نمی‌تواند شمار بیشتری را مشغول به کار کند. بنابراین از نظر دراگر، نخستین «قید» مسئولیت اجتماعی بنگاه، بالا بودن حجم و میزان مسئولیت آن در انجام موفقیت‌آمیز رسالت خود است. این حرف بسیار شبیه نظر فریدمن است که همچنانکه بیشتر گفته شد مسئولیت اقتصادی بنگاه را مسئولیت اصلی اجتماعی آن می‌داند.

دومین قید مسئولیت از نظر دراگر قید شایستگی و اهلیت است. او می‌گوید پذیرفتن مسئولیت‌هایی که شایستگی انجام آن را نداریم «هین مسئولیت ناشناسی» است زیرا هم‌سطح توقع را بالا می‌برد و هم در نهایت سبب سرخوردگی و پاس متوقمان می‌گردد. بنگاهها باید شایستگی، مهارت و اهلیت لازم برای ایفای رسالت اصلی خود را کسب کنند. موارد اهلیت بنگاهها، هئیتی و مشهود است و بنگاهها در غیر از این موارد اهلیت ندارند. قوت هر بنگاه باید در سنجش‌پذیری، تقدیرپذیری و پاسخگو بودن آن باشد (مثل بهره‌وری، سودآوری، کیفیت و غیره).

اگر بنگاه به این اصول بی‌توجه باشد، ضعیف و بیمار است. هم‌چنین اگر در امور ناملموس - مثل سیاست، امور عاطفی و حس، تصدیق و تکذیب اجتماعی، ایجاد ساختارهای مربوط به روابط و مناسبات قدرت - دخالت کند و نیرو و توان خود را در این امور صرف کند، احساس راحتی و آسایش نخواهد کرد.

از نظر دراگر مهم‌ترین قید مسئولیت اجتماعی، قید مشروعیت و اقتدار است. از آن جا که مسئولیت بدون اقتدار معنا ندارد بنابراین مسئولیت همواره با اقتدار همراه است؛ به‌همین سبب هرکس دعوی مسئولیت می‌کند، در واقع دعوی اقتدار دارد و بر عکس هرکس اقتدار دارد، مسئول است. او به طنز می‌گوید فقط نظامهای خودکامه و شهاست‌خواه هستند که در عین اقتدار کامل، خود را در برابر هیچ‌کس و هیچ‌چیز، مسئول نمی‌دانند!

بنابراین از نظر دراگر وقتی از بنگاه‌ای خواسته می‌شود که مسئولیت حل و رفع یکی از گرفتاریها و ابتلائات جامعه را بپذیرد، باید به‌دقت بیندیشد و بسپند آیا اقتدار مستتر در این مسئولیت، مشروع است یا غیر. اگر این اقتدار مشروع و مسوجه نباشد، پذیرش مسئولیت مشکل‌گشایی، در واقع غصب مسئولیت است. پس معلوم می‌شود حتی اگر سازمان یا بنگاه اقتدار انجام کاری را داشته باشد باید در منشا آن اقتدار دقت کند و از مشروعیت آن اطمینان یابد. با توجه به این قیود و محدودیتها، به‌راستی بنگاهها چه مسئولیت‌هایی دارند؟ به‌نظر دراگر مسئولیت‌های اجتماعی بنگاهها را می‌توان به‌قرار زیر برشمرد:

۱ - پرداختن تمام و کمال به مسئولیت، وظیفه و رسالت اصلی بنگاه، یعنی مثلاً اگر وظیفه و رسالت آن تولید خودرو است، این کار را به بهترین وجه ممکن انجام دهد و در مسیر تکامل و بهبود مستمر آن بکوشد.

۲ - مسئولیت فرآورده‌ها و خدمات، بنگاه و مدیران آن در برابر پیامدها و عوارض محصولات خود مسئولند و باید در برابر آن پیامدها مسئول نگاه داشته شوند.

۳ - مسئولیت فرآیندها، بنگاه و مدیران آن نسبت به فرآیندهای تولید مسئول هستند. فرآیندهای تولید نباید هزینه اجتماعی تولید کند و چنانچه به ضرورت چنین وضعی رخ دهد، میزان آن هزینه‌ها باید در کمترین حد ممکن باشد. برای روشن‌تر شدن مطلب مثالی می‌زنیم. چنانچه

کارکنان، ذینفع و متولی رده نخست، مشتریان ذینفعان رده دوم، و سهامداران با فاصله زیاد در رده سوم قرار دارند...»<sup>(۹)</sup>

به این ترتیب و با توجه به این اختلاف نگرش، میزان اقبال به پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی در بین بنگاهها و مدیران کشورهای انگلوساکسون، کمتر از کشورهای طرف مقایسه است. چنانچه میزان دل‌بستگی و پایبندی بنگاههای کسب و کار و مدیران آنها به مسئولیت‌های اجتماعی را به صورت پیوستاری ترسیم کنیم و سمت راست آنرا نمایانگر گرایش به ارزشهای فردی و سمت چپ را نمایانگر توجه به ارزشهای جمعی و ملی بدانیم، در آن صورت کشورهای دارای فرهنگ انگلوساکسون در سمت راست و کشورهای نظیر ژاپن، چین، و آلمان در سمت چپ پیوستار قرار می‌گیرند. به این ترتیب هرچه از سمت راست به سمت چپ پیوستار حرکت کنیم، میزان پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی بیشتر می‌شود. □

منابع

- 1 - EXPERIENCING MODERN MANAGEMENT, 5TH ED./ 1992/ P40
- 2 - HATTEN, KJ. T HATTEN, M.L. STRATEGIC MANAGEMENT: ANALYSIS & ACTION, PRENTICE - HALL INC, 1967, P120.
- 3 - امینی، فضل‌الله: بررسی تطبیقی مسئولیت‌های اجتماعی مدیران در واحدهای تولیدی دولتی و خصوصی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - سازمان مدیریت صنعتی - ۱۳۷۸).
- 4 - MAHONEY, JACK, BUSINESS ETHICS, PP474-480, IN: INTERNATIONAL ENCYCLOPEDIA OF BUSINESS MANAGEMENT, ROUTLEGE, 1996.
- 5 - CARROLL, A.B. THE PYRAMID OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, 1991.
- 6 - فریدمن، میلتون «مسئولیت اجتماعی بنگاهها»، نیویورک تایمز، ۱۳ سپتامبر ۱۹۷۰.
- 7 - DRUCKER, P.F. MANAGEMENT: TASKS, RESPONSIBILITIES, PRACTICES, 1973.
- 8 - گالبرایت، جان کنت: آنانومی قدرت، ترجمه محبویه مهاجر، نشر سروش، تهران، ۱۳۷۱، ص ۱۰۵.
- 9 - تارو، لسز: رویارویی بزرگ، ترجمه مهندس عزیز کیواند، نشر دیدار، تهران، ۱۳۷۷، صفحات ۳۸ و ۳۹.

موقیبت اقتصادی از توجه به ارزشهای فردی می‌گذرد. انگلیس و آمریکا به‌خصوص حامی و منادی ارزشهای فردی هستند. خوب یا بد حاصل چگونگی عمل فرد است. هم‌اینک نیز مظاهر این نگرش اندرپدیدآلستی در فرهنگ کشورهای حوزه انگلوساکسون دیده می‌شود:

اهداء انواع جوایز فردی (نوبل، اسکار...)، تبلیغ کارآفرینان برجسته، احساس مسئولیت فردی در کسب مهارت، تفاوت چشمگیر در حقوق و دستمزد در بافتی. بیشینه کردن سود و ارزش سهام سهامداران، سست بودن پیوند استخدامی افراد و سازمانها (سهولت اخراج، و بالای بودن میزان جابه‌جایی‌ها)، کشمکشهای گسترده بین اتحادیه‌های کارگری و کارفرمایان، بی‌توجهی به حفظ محیط زیست (و توجه از سر اضطراب).

در نگرش غیر انگلوساکسون (مانند چینی‌ها، ژاپنی‌ها، آلمانی‌ها)، شرط موقیبت اقتصادی رعایت مصالح جامعه است. در این کشورها حاکمیت از آن ارزشهای همگانی و ملی است: کارگرومی، رابطه مستحکم استخداسی (پایین بودن میزان جابه‌جایی نیروی کار)، وفاداری به کارفرما، وجود مسئولیت اجتماعی برای کسب مهارت‌ها، وجود و رونق گروه‌ها و مجتمع‌های اقتصادی (مثل کارپستوها در ژاپن). در دورانسی که سرمایه‌داران صنعتی کشورهای انگلوساکسون به‌استثمار بیرحمانه کارگران مشغول بودند و جز بیشینه کردن درآمد به چیز دیگر توجه نمی‌کردند، متفکران آن کشورها نیز توجه‌کننده همان جریان بودند. دیرید ریکارو (۱۷۷۲-۱۸۲۳) و تامس رابرت مالتوس (۱۷۶۶-۱۸۳۴) که دوست و معاصر بودند، پایین بودن دستمزدها و نابرابری حاصل از آنرا ناشی از قدرت باروری شگفت‌انگیز و ویرانگر طبقه کارگر می‌دانستند و مدعی بودند علت پایین ماندن دستمزدها در حد بخور و نمیر، زادورود بی‌رویه کارگران است! به موجب قانون مفرغی دستمزد ریکارو، نه سرمایه‌دار صنعتی ظالم است و نه نظام سرمایه‌داری، بلکه خود کارگر باعث و بانی فقر خود است!<sup>(۸)</sup>

عجب نیست که مارتین و انگلس نیز در مقابله با شرایط موجود از همان ابزار «ارزشهای فردی» استفاده کردند.

«بنگاه اقتصادی ملت‌گرا، ذینفعان و متولیان کاملاً متفاوت دارد که به‌هنگام طراحی استراتژی باید مورد شور قرار گیرند. در بنگاههای ژاپنی،

بنگاه موردنظر تولیدکننده انواع نثریان باشد نظر به اینکه ماده اولیه آن از جنگل تامین می‌شود، این کار نباید با ویران ساختن منابع جنگلی همراه باشد. بهره‌برداری از جنگل باید به شیوه‌ای باشد که به آن آسیب نرساند. از طرف دیگر در فرآیند تولید باید دقت شود به طوری که ضایعات آن (به‌ویژه چسب و مواد شیمیایی) محیط زیست را آلوده نکند. ذرات معلق و غبار را مهار کند و در موارد ناگزیر (مثل آلودگی صوتی) آسیب را به کمترین میزان ممکن برساند.

۲ - مسئولیت اخلاقی. بنگاه و مدیران آن باید در دادوستد و کسب و کار به اصول اخلاقی متعارف جامعه به دیده احترام نگاه کرده، خود را به آن اصول مقید و پایبند بدانند. دراکر نتیجه می‌گیرد که در جامعه پلورالیست، مسئولیت ارتقا و بهبود اجتماع، یک معضل و مقوله دایمی است که هیچ‌گاه حل نمی‌شود. بخشی از این مسئولیت در چارچوب آنچه گفته شد متوجه بنگاه و بخشی از آن متوجه نهادهای ذیصلاح - مثل دولت و سازمانهای وابسته به آن - است. ولی در هر حال بنگاههای بزرگ و مدیران آنها باید به معضلات و گرفتاریهای جامعه ببیندیشند. آنها باید امکان تبدیل پروژه «حل یک معضل و نابسامانی اجتماعی» را به «یک فرصت کار و کاسبی» بررسی کنند. به نظر دراکر مدیران هرگز از این نگرانیها و مسئولیتها فارغ نیستند. نکته اساسی در نظریات دراکر این است که هرکس باید به کاری به‌پردازد که

● اهلیت

● اقتدار و

● مشروعیت انجام آن را داشته باشد.

### نقد آراء مطرح در نظام انگلوساکسون

آنچه تاکنون گفته شد، چکیده مهم‌ترین آراء متفکران غربی در باب مسئولیت‌های اجتماعی بنگاهها و مدیران آنهاست. اما از آنجا که پیش درآمد رشد و گسترش بی‌سابقه بنگاهها - به‌ویژه بنگاههای تولیدی و صنعتی - انقلاب صنعتی است و از آنجا که این انقلاب در انگلستان واقع شد و این کشور پیش از کشورهای دیگر با گرفتاریها و پیامدهای ناگوار توسعه صنعتی دست و پنجه نرم کرد، می‌توان دیدگاهها و تفکر انگلوساکسون را در چگونگی برخورد با آن پیامدها و چگونگی اداره کسب و کار و حتی ریشه بروز آن پیامدها، از دیدگاهها و تفکر دیگران متمایز کرد. در نگرش نوع اول، راه