

# مسئولیت اجتماعی سازمان ها و اهمیت توجه به آن

زهرا امیری



## ■ چکیده

موضوع مسئولیت اجتماعی سازمان ها نسبت به شهروندان و عامه مردم از جمله موضوعات مهمی است که در سال های اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. زمانی تصور بر این بود که سازمان ها و تولیدکنندگان صرفاً در مقابل سهامداران و کارکنان مسئولند، و با این که می بایست بهترین محصول مصرفی را با قیمت پایین تر و کیفیت بالاتر به دست مشتری برسانند. غافل از این که محصول چه آثار و عواقب ثانوی داشته باشد. رقابت شدید، افزایش جمعیت، کمیابی منابع و آلودگی محیط باعث بوجود آمدن رویکردهای نوین به سازمان و مدیریت شد که تعهد و مسئولیت اجتماعی نیز نتیجه آن تحولات بود. در این مقاله سعی شده است به موضوع مسئولیت اجتماعی، ابعاد آن و اهمیت توجه به آن به طور جامع پرداخته شود.

## ■ مقدمه:

موسسات و سازمان ها، نهادهایی هستند که فلسفه و جودی آنها نیاز جامعه و عامه مردم می باشد همانطور که مردم برای رفع نیازهایشان به سازمان نیاز دارند، سازمان ها نیز برای حفظ، بقا و ادامه فعالیتشان به جامعه و مردم نیازمندند در واقع سازمان ها جزئی از جامعه می باشند که از آن تاثیر پذیرفته و بر آن تاثیر می گذارند و می توان گفت هر تصمیم سازمان علاوه بر تاثیر آن بر بخش های مربوطه موجب تاثیرات مستقیم یا غیرمستقیم در تمامی بخش های جامعه می شود بنابراین سازمان ها باید اهداف خود را به گونه ای شکل دهند که نتایج آن تاثیرات مضر برای جامعه در برداشته باشد و همه افراد جامعه از اثرات مثبت آهن، منتفع شوند.

## ■ مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن

هیچکدام از سازمان ها نمی توانند به تنهایی وجود داشته باشند و به خودی خود هدف نیستند هرکدام از آن ها عضوی از جامعه

هستند و به خاطر جامعه وجود دارند سازمان ها نباید از این موضوع غافل شوند که نمی توانند بدون توجه به جامعه به بقای خود ادامه دهند.

یکی از وظایف مدیران سازمان ها در محیط امروزی مدیریت مسائل اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان است.

بنابراین باید نسبت به مسائل اجتماعی و اهداف اجتماعی حساس باشند اما به دلیل وجود موانعی این امر به خوبی تحقق نمی یابد کارکردها و پیامدهای بروکراسی در سازمان های دولتی بیشتر به چشم می خورد و مقررات دست و پاگیر و زاید دولت را از خدمت به ارباب رجوع باز می دارد (قلی پور، ۲۸۴: ۱۳۸۰-۲۷۹).

یکی از مسائلی که موجب کاهش سرمایه اجتماعی و از میان رفتن آن می شود، جدایی مدیران از جامعه است که به صورت عارضه «ما» و «آنان» جلوه می کند در چنین جالتهی مدیران خود را با دیگران متفاوت می بینند و بین خود و مراجعه کنندگان جدایی احساس می کنند این نوع نگرش بر تصمیمات و رفتارهای مدیران اثر منفی به جای می گذارد و اعتماد جامعه را از سازمان سلب

می‌کند (الوانی و دیگران، ۱۸: ۱۳۸۰-۱۷)

مسئولیت پذیری حقوقی: التزام سازمان ها به انجام حقوق و رعایت مقررات را شامل می‌شود (الوانی و دیگران، ۸۳: ۱۳۷۷)

مسئولیت پذیری ملی: شامل انتظارات، خواسته ها و سیاست‌های مدیران عالی کشور است که انتظار می‌رود مدیران و کارگزاران سازمان ها به منظور حفظ وحدت و انسجام ملی و رعایت مصالح کشور تصمیمات و استراتژی های کشور را سرلوحه امور خود قرار دهند (الوانی و دیگران، ۸۴: ۱۳۷۷).

مسئولیت پذیری اخلاقی: متأثر از موازین و ضوابط اخلاقی حاکم در کل جامعه است از این رو از سازمان ها انتظار می‌رود به ارزشها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارهای خود مورد توجه قرار دهند.

#### ■ اهمیت انجام مسئولیت اجتماعی

درواقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، رویکردی متعالی به کسب و کار است که تاثیر اجتماعی یک سازمان بر جامعه چه داخلی و چه خارجی را مد نظر قرار می‌دهد و هدف اصلی آن گردهم آوردن تمامی بخش‌ها اعم از دولتی، خصوصی و داوطلبان، جهت همکاری با یکدیگر است تا از یکسو موجب همسوئی منافع اقتصادی با محیط زیست و از سوی دیگر، سبب توفیق، رشد و پایداری کسب و کار می‌گردد لیکن به لحاظ منافع و ارزشی که مسئولیت پذیری اجتماعی برای هر کسب و کار ایجاد می‌کند، بهره

ابعاد مسئولیت اجتماعی مدیران را می‌توان به چهار بعد اقتصادی - حقوقی - ملی و اخلاقی تقسیم نمود



توجه به مسائل عمومی و تامین منابع عموم برای مدیران اهمیت دارد تا آن جاکه ناموفق بودن مدیران دولتی در این زمینه ممکن است شرایط را برای متهم شدن به تامین منافع شخصی و یا سازمان فراهم آورد به همین دلیل است که فردریک موشر (Fredrick mosher) مهمترین موضوع مورد نظر مدیریت دولتی معاصر را تامین منافع شهروندان، می‌داند که در غیر این صورت تضمینی نیست که دموکراسی حاکم شود (گلشن، ۴۸: ۱۳۷۸)

مسئولیت اجتماعی یک مسئولیت پیچیده است و برای برخورد با چنین مسأله‌ای لازم است که به آن مثل سایر مسائل سازمان بنگرند چنانچه تاکنون مدیران را براساس توفیقشان در سودآوری ارزیابی می‌کردند، از این پس آن‌ها را با شاخص جامعتری از سودآوری صرف می‌سنجند. مدیران برای اینکه از بوته این ارزیابی سرفراز بیرون آیند، باید جزء نگری را فراموش کرده و مسائل اجتماعی را مدنظر قرار دهند.

مفهوم شرکت‌هایی که به نقش‌هایشان در جامعه می‌اندیشند تا به منافعشان، معمولاً مسئولیت اجتماعی شرکت نامیده می‌شود (Mcoomb، ۵: ۲۰۰۵)

مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های تجاری و دیگر سازمان‌ها علاوه بر اختیارات قانونی، تاثیری که آن‌ها بر محیط و جامعه می‌گذارند را مد نظر قرار می‌دهد که می‌توان شامل این باشد که سازمان‌ها چگونه با کارمندان، مشتریان، فروشندگان، مشتریان و اجتماعاتی که در آن‌ها کار می‌کنند برخورد کنند و تعامل داشته باشند و حتی مقدار تلاشی که آن‌ها برای حفاظت و حمایت از محیطشان می‌کنند (Lea، ۲۰۰۲: PI)

ابعاد مسئولیت اجتماعی مدیران را می‌توان به چهار بعد اقتصادی - حقوقی - ملی و اخلاقی تقسیم نمود (الوانی و دیگران، ۸۳: ۱۳۷۷). بهترین تعریف از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این است که شرکت در عین موفقیت تجاری، تمامی اصول اخلاقی، ارزشهای اجتماعی و فردی، ارزش‌های زیست محیطی و منافع گروه‌های ذی‌نفع را رعایت کرده باشد به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی، شامل پاسخگویی مدیریت شرکت‌ها به انتظارات حقوقی، اجتماعی و زیست محیطی گروه‌های ذی‌نفع می‌شود. (آخوندی و دیگران، ۱۴: ۱۳۸۴)

#### ■ ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی:

مسئولیت پذیری اقتصادی: مهمترین بعد اجتماعی سازمان‌ها، بعد اقتصادی آن است که در آن فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی آن مدنظر قرار می‌گیرد. (الوانی و دیگران، ۸۳: ۱۳۷۷).

گیری از آن را ضروری می سازد. هر سازمان و تمام سازمان های روی کره زمین برای خدمت به سیاره زمین و جامعه تعهد دارند. چشم پوشی از این تعهد غفلت از مسوولیت فرد است برای این که دنیایی بهتر بسازد برای افرادی که امروز در آن زندگی می کنند و افرادی که در آینده زندگی خواهند کرد (P.1: ۲۰۰۰, Silverman) اهمیت مسوولیت اجتماعی رو به رشد است و تاثیر آن روی عملکرد کاری - شهرت و اعتبار شرکت ها، اثبات شده است که ناشی از ملاحظات اخلاقی و توجه به فرآیندهای محیطی است.

(Zairi, ۲۰۰۰: P. ۱۷۲)

برای آنکه استاندارد عملکرد سازمانی بالا باشد، اعضای آن باید معتقد باشند که آنچه انجام می دهند، در تحلیل نهایی به اجتماع و جامعه ای که در آن فعالیت می کنند، کمک می رساند. (منوریان، ۶۱: ۱۳۷۵). زمانی که افراد با ایفای مسوولیت های خود برای خدمت به دیگران تلاش می کنند، با تقویت اصول اخلاقی در خدمت ثبات اجتماعی هستند. (گل محمدی، ۵۳: ۱۳۸۳).

ایجاد احساس مسوولیت اجتماعی در مدیران دولتی، از دیگر شیوه های ایجاد سرمایه اجتماعی است سازمان های دولتی و جامعه با هم در تعاملی پویا قرار دارند و در اثر این رابطه و تعامل است که افراد و اعضای جامعه مایلند تا سازمان در مقابل آن احساس مسوولیتی کند و تنها به فکر سود و نفع سازمانی نباشد. هرگاه شهروندان احساس کنند که مدیریت سازمان ها در قبال آنان احساس مسوولیت می کند و به پاسخگویی در مقابل جامعه می اندیشند، تلقی مثبتی از سازمان پیدا می کنند و در پرتو این جو

اطمینان و اعتماد، سرمایه اجتماعی ایجاد می شود. (الوانی و دیگران، ۱۷: ۱۳۸۰).

مسئولیت اجتماعی شیوه تجاری مهمی است، شرکت های برنده این قرن آن هایی خواهند بود که هم خوب کار می کنند، و هم صحیح و با اقداماتشان ثابت می کنند که می توانند سودآور باشند و ارزش اجتماعی را افزایش دهند (fiorina, ۲۰۰۳: ۱۰).

#### ■ نتیجه گیری:

در محیط رقابتی امروز سازمان ها، مسوولیت پذیری اجتماعی سازمان ها عامل اساسی بقای هر سازمانی است. مسوولیت پذیری اجتماعی یک موضوع حائز ارزش ویژه در مدیریت جدید است چرا که عدم توجه مدیران به مسوولیت اجتماعی مانع از خدمت موثر آنها به جامعه و توسعه و اعتبار سازمان خواهد شد امروزه همه مدیران باید برای رسیدن به اهداف سازمان به اقداماتی دست بزنند که مورد قبول جامعه و عامه مردم باشد.

مدیران سازمان ها حتی در مقابل تفکر خود نسبت به جامعه مسئول و پاسخگو هستند اگر مدیران بخواهند سازمان خود را حفظ کنند، باید در صدد کسب رضایت عامه مردم و تامین نیازهای آن ها و پاسخگویی نسبت به مسوولیت هایی که به عهده آنها واگذار شده است باشند. چرا که قبول مسوولیت هایی که به آن ها واگذار شده و پاسخگویی در قبال مسوولیت، موجب ایجاد اعتماد عمومی که از مهمترین سرمایه های اجتماعی است، می گردد. و سطح مقبولیت و اثر بخشی سازمان ها را ارتقا می بخشد.

منابع:

- ۱-آخوندی، احمد و محسن جاوید موبد، رعایت حقوق مصرف کننده در پرتو مسوولیت شرکت ها، روزنامه سرمایه، شماره ۶۳۰ - آذرماه ۱۳۸۶
- ۲-الوانی، سیدمهدی و احمد رضا قاسمی، مدیریت و مسوولیت های اجتماعی سازمان، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، ۱۳۷۷
- ۳-الوانی، سیدمهدی و علیرضا شیروانی، اصلاحات اداری و سرمایه های اجتماعی تنگناها و راه چاره ها، مجله مدیریت و توسعه، شماره ۱، ۱۳۸۰
- ۴-خلیلی عراقی، مریم و مهرانگیز یقین لو، سایه روشن هایی از مسوولیت پذیری، مسوولیت اجتماعی شرکت ها، مجله تدبیر، شماره ۱۴۴، ۱۳۸۴
- ۵-قلی پور، آرین: جامعه شناسی سازمان ها، رویکرد جامعه شناختی به مدیریت، تهران - انتشارات سمت، چاپ اول ۱۳۸۰
- ۶-گلشن، ابراهیم، نظری در بررسی مسائل مدیریت دولتی و ارائه یک الگو، مجله مدیریت دولتی شماره ۴۴، ۱۳۷۸
- ۷-گل محمدی، حمید، تقویت اصول اخلاقی در شرکت های تعاونی، مجله تعاون، دی ماه ۱۳۸۳ شماره ۱۶۰
- ۸-منوریان، عباس، جامعه جدید سازمان ها، مجله مدیریت دولتی ۱۳۷۵ شماره ۳۲

8-Fiorina, Carly, ((Aguide to corporate social res ponsibility))2003

www.hp.com/hpinfo/global citizen ship/car

9-Lea, Ruth, (( corporate social responsibility )) November2002

www.miami-edu/ethics/pdf-files/CSR

10-Mecomb, Michael, ((profit to be found in companies that care. April 2002

11-Silver man, Lori, (9 social responsibility for the future )) . 2000

www.partners for progress.com

12-Zairi, Mohamad, ((social responsibility and impact on society))2003

www.Emeraldinsight.com