

مطالعه ادبیات نظری اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی در پژوهش های تجربی

زهرا ارجداری^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۰ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۱۲/۲۵

چکیده

هدف این پژوهش مطالعه ادبیات نظریه ی پژوهش های انجام شده در ارتباط بین اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی است. در این پژوهش از مبانی نظری و پژوهش های صورت گرفته استفاده شده است برای دستیابی به اهداف پژوهش. مروری جامع از پیشینه ها طی سالهای گذشته صورت گرفته و نتایج در دیدگاهی فراتحلیل به بررسی مفاهیم نظری و پژوهشی در مشخص کردن روابط بین عوامل پژوهش انجام شده است. نتایج این تحقیق مروری مورد استفاده دانشجویان و محققان در این زمینه قرار خواهد گرفت.

واژگان کلیدی

اخلاق، مسئولیت پذیری اجتماعی، پژوهش های حسابداری

۱. دانشجوی دکتری گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس.
(arjdari.zahra66@yahoo.com)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

امروزه اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران بیش از گذشته مورد توجه صاحب نظران قرار گرفته است. مدیران کسانی که تصمیماتی را که علاوه بر داشتن مبانی واقعیت، مستلزم قضاوت ارزشی و اخلاقی نیز هست، اتخاذ می کنند. (تدبیر، اردیبهشت، ۸۳). اخلاق یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش هایی که بر رفتار شخص حاکم است، مبتنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است. ارزش های اخلاقی تعیین کننده استانداردهایی هستند، مبنی بر اینکه از نظر رفتار و تصمیم گیری چه چیزی خوب یا بد است. (صالح نیا، ۱۳۹۱). آندرسن (Anderson) در کتاب خود چنین می نویسد: هر دو اصطلاح اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی در رابطه با رعایت ارزشها، هنجارها، اصول اخلاقی جامعه و تامین هدف های سازمان است با این تفاوت که مسئولیت پذیری اجتماعی در ارتباط با مسائل کلان و اخلاق در ارتباط با رفتار فردی مدیران و کارکنان است. اخلاق روی نحوه رفتار فرد در داخل سازمان بحث و صحبت می کند در حالی که مسئولیت پذیری اجتماعی روی نحوه برخورد با کارکنان، مردم، سرمایه گذاران و سهامداران و کل جامعه بحث می کند. به طور کلی مسئولیت پذیری اجتماعی تلاشی است در جهت ایجاد تعادل و توازن بین تعهدات و وظایف مختلف سازمان و مدیریت. (قاسمی، ۱۴، ۱۳۷۴). مسئولیت پذیری اجتماعی بر مسائل مهمی مثل اخلاق، محیط، امنیت، آموزش و ... تاکید دارد. (پورفخریان، ۱۳۹۵)

یکی از عواملی که بر جامعه تاثیر گذار است مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاق می باشد. (ژو و همکاران ۲۰۱۹). رهبران اخلاقی صراحتاً بر توجه به استانداردهای اخلاقی از طریق فرآیندهای ارتباطی و پاسخگویی تمرکز دارند، به حقوق دیگران احترام می گذارند و برای آنها اهمیت قائل می شوند. (محمد داوودی و ولایی، ملکی، ۱۳۹۱). (وتیل و همکاران ۲۰۱۰) به بررسی نقش اخلاق و مسئولیت اجتماعی در موفقیت های سازمانی پرداخته اند و نتایج بیان کننده این است که اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان یک عامل مهم در اثربخشی و موفقیت های سازمانی محسوب می شود. (برامر و همکاران، ۲۰۰۷) در نتایج پژوهش خود به این نکته اشاره کرده اند که مسئولیت پذیری اجتماعی باعث افزایش تعهد سازمانی کارکنان می شود. (علی و همکاران، ۲۰۱۰) در تحقیقات خود یک ارتباط مثبت بسیار معناداری را بین مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاق و تعهد سازمانی کارکنان و عملکرد سازمانی یافته اند.

بیان مساله

مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان یک مفهومی است که با مفاهیمی مثل اخلاق، نیکوکاری، مسئولیت محیطی و ... همپوشانی دارد. (السمان و النشمی، ۲۰۱۶) در یک دیدگاه پویاتر، مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان مفاهیمی مثل جامعه، مردم و ... که دامنه وسیعی از ارزشها و معیارها را برای سنجش موفقیت در سازمان دارد در بر می گیرد. (ایبودون ۲۰۱۲) با بررسی مطالعات نظری صورت گرفته از نتایج پژوهش ها نتایج متفاوتی از اندیشمندان در حوزه پژوهشی اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی دیده شده که از اثر و تاثیرات متفاوت و درصد ارتباط بین عوامل مختلف

بوده است؛ که در این فرآیند به دنبال پیدا کردن راه کاری فراتحلیل از نتایج کلی پژوهش های گذشته هستیم تا بتوانیم پاسخی برای این سوال که مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاق تا چه میزان با هم در ارتباط هستند را داشته باشیم.

اهداف پژوهش

- ۱- مطالعه ادبیات نظری مفهوم اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی.
- ۲- مطالعه نتایج پژوهش های تجربی درباره اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی.
- ۳- مطالعه فراتحلیل درباره اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی.

شرح و توضیحات

هدف اول: مطالعه ادبیات نظری مفهوم اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی

در سال های اخیر، متخصصان، صاحب نظران و سازمان ها توجه بیشتری را به مفاهیم راهبردی اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی معطوف داشتند. نگاهی به ادبیات تحقیق و تحقیقات گذشته مشخص کننده اهمیت نقش اخلاقیات و مسئولیت اجتماعی در فرآیندهای مهم تصمیم گیری ها می باشد (وتیل و همکاران، ۲۰۰۳).

دانشمندان علم مدیریت از مسئولیت پذیری اجتماعی تعاریف متنوعی را ارائه نموده اند و بعضی از این تعاریف عبارتند از: مسئولیت پذیری اجتماعی وظیفه ای است بر عهده موسسات خصوصی به این معنا که تاثیر سوئی بر زندگی اجتماعی که در آن کار می کنند، نگذارند (فرنج، ۱۳۷۲).

رایینسون معتقد است مسئولیت اجتماعی یکی از وظایف و تعهدات سازمان در جهت متفیع ساختن جامعه است به نحوی که هدف اولیه سازمان یعنی حداکثر کردن سود را تعالی بخشد.

مسئولیت پذیری اجتماعی، تعهد تصمیم گیران برای اقداماتی است که به طور کلی علاوه بر تامین منافع خود موجب بهبود رفاه جامعه نیز می شود.

در این تعریف به موارد زیر می توان اشاره کرد:

مسئولیت پذیری اجتماعی، یک تعهد است که سازمان ها باید در قبال آن پاسخگو باشند.

سازمان ها باید با اختصاص منابع مالی در بهبود رفاه اجتماعی مورد پذیرش جامعه تلاش کنند.

موسسات مسئول هستند که از بی توجهی به مردم، کارکنان، محیط و ... پرهیز کنند (قاهری، ۱۳۸۷).

اخلاق یک ضرورت و لازمه یک جامعه سالم است که به علت کارکردها و پیامدهای مثبت فردی، سازمانی و اجتماعی آن همواره مورد توجه قرار گرفته است (میرسپاهی، ۱۳۹۶). یک سازمان زمانی به تعهد اخلاقی و اجتماعی اش عمل می کند که به مسئولیت های قانونی و اقتصادی خود عمل کند، نه بیشتر. بسیاری از رفتارها و تصمیم های کارکنان و مدیران و مردم تحت تاثیر ارزشهای اخلاقی آنها است. توجه به اصول اخلاقی ضروری است. اخلاق کار می تواند از راه تنظیم بهتر روابط، کاهش اختلاف و افزایش همکاری، عملکرد را تحت تاثیر قرار دهد. هوش اخلاقی موجب افزایش تعهد و

مسئولیت پذیری بیشتر و بهبود کارایی افراد می گردد. الزام و تعهد سازمانها به انجام فعالیت های اجتماعی مربوط به بخش مسئولیت پذیری اجتماعی و توصیه سازمان ها به انجام فعالیت های بشر دوستانه مربوط به بخش اخلاق می باشد.

هدف دوم: مطالعه نتایج پژوهش های تجربی درباره اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی

سازمان ها و جامعه در مقیاس بزرگتر دریافته اند که رفتار مسئولانه اخلاقی و اجتماعی نقش مهمی در اعمال تجاری خوب ایفا می کنند که این پایبند بودن به اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی باعث ایجاد سرمایه اجتماعی نیز می شود. اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی موضوعی است که برای تضمین دادن و حفظ ثبات و پایداری در جامعه می شود. (قربانی، ۱۳۸۴).

رعایت اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی از راه مزایایی که موسسات در جامعه به وجود می آورند می توانند موفقیت را در جامعه تحت تاثیر قرار دهند. سازمانها مسئولیت حل مشکلات و نگرانی های اجتماع را دارند که با اعمال تجاری که تاکید بر اخلاقیات و مسئولیت پذیری اجتماعی دارد باعث روابط قوی بین سهامداران، اجتماع و رسانه ها و موفقیت شرکت ها می شوند. از مطالعه درباره اخلاق و مسئولیت اجتماعی می توان نتیجه گرفت که هدف از اخلاق و مسئولیت پذیری این است که چون تاثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند چگونگی فعالیت آنها باید به گونه ای باشد که در تاثیر آن زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان شرکت های مربوطه ملزم به جبران آن باشند؛ یعنی شرکت ها باید به عنوان جزئی از جامعه عمل کنند. چون یک نظام فرعی از کل نظام اجتماعی را تشکیل می دهند. اگرچه حاکمیت اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی باعث منافع زیادی برای جامعه و موسسات می گردد می توان نتیجه گرفت که رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی باعث بهبود عملکرد مالی در جامعه و سازمان ها شده و رابطه مثبتی بین آنها وجود دارد (امیدوار ۱۳۸۵). با توجه به تحقیقات انجام شده توسط (ون ده ولده و همکاران ۲۰۱۷) نشان داده شد که بین اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد های سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که سرمایه گذاران تمایل دارند برای مدیرانی که اخلاق خوبی دارند و مسئولیت پذیرند و روابط خوبی با افراد جامعه برقرار می کنند پاداش پرداخت نمایند.

هدف سوم: مطالعه فراتحلیل درباره اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی

در بحث اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی در کار سوالی وجود دارد مبنی بر ماهیت افرادی که باید با اخلاق و مسئولیت پذیر باشند. در جامعه از یک طرف مدیران مسئول انجام دادن کارها هستند و از طرف دیگر علاوه بر مدیران، اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح جمعی از سطح فردی متمایز شود؛ که در ادبیات مربوط به مسئولیت پذیری و اخلاق توجه زیادی به این موضوع شده است (باونزه، ۱۹۹۰). امروزه جامعه و سازمانها از روش های مختلفی برای تحقق اهداف خود استفاده می کنند ولی با توجه به رشد بحران اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی در جنبه های مختلف ضرورت بهبود اخلاق و مسئولیت پذیری اخلاقی در بین افراد از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. این در حالی است که افراد می توانند با رفتارهای اخلاقی و مسئولیت پذیری خود نقش مهمی را در این بین ایفا نمایند.

مسئولیت پذیری اجتماعی نقطه مقابل بی تفاوتی است. هر گاه معضل یا بحرانی در جامعه پدید آید هر فرد مسئول، وظیفه خود می داند که برای رفع آن بحران به نوبه خود مشارکت موثر داشته و تارفع آن بکوشد. هر جامعه برای رسیدن به کیفیت برتر خدمات در مسیر اهدافش لازم است استانداردها و معیارهای اخلاقی و انسانی را عمیقاً در تار و پود ارکان خود نهادینه سازد. هنجارهایی چون ادب، انصاف، اخلاق، احترام و ... چون در غیر این صورت انرژی، وقت و هزینه هایی که باید صرف سازندگی و ارتقاء جامعه باشد صرف حاشیه سازی، بی اخلاقی و بی مسئولیتی می گردد.

نتیجه گیری

آنچه راجع به اخلاق بیان شد بی شک در همه جوامع یک امر بدیهی و غیر قابل انکار است و مسئولیت پذیری اجتماعی در پرتو اخلاق می تواند معنادار شود. تعهد بین اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی نقش مهم و کلیدی را بازی می کند؛ بنابراین در جامعه، سازمان ها، موسسات و شرکت ها باید اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی منسجمی همراه با تعهد داشته باشند. توجه به نیازهای اخلاقی و اجتماعی از آنجا نشأت می گیرد که انسان موجودی اجتماعی است و هر اجتماع دارای شأن ویژه ای است به طوری که همه افرادی که در آنجا زندگی می کنند باید رفتار و اخلاق خود را با ارزش های حاکم بر آن هماهنگ کنند. در حقیقت برابری و همسانی در ذهن انسان ها اصول اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی را به وجود می آورد. از این رو امروزه افراد باید به انجام فعالیت هایی اقدام کنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش های اخلاقی آن باشد. در این پژوهش به مطالعه ادبیات بین اخلاق و مسئولیت اجتماعی در جامعه، سازمان شرکت و ... پرداخت شد که نتیجه آن مکمل بودن و رابطه مند بودن اخلاق و مسئولیت پذیری اجتماعی در جامعه است و نگرش مسئولیت پذیری اجتماعی در پرتو اخلاق می باشد.

منابع و مآخذ

- ۱- انصاری، محمود. (۱۳۹۷). "حسابداری مسئولیت های اجتماعی"، پروژه های مالی، رشته حسابداری.
- ۲- امیدوار، علیرضا. (۱۳۹۷). " مفاهیم مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتها، انتشارات مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکتها.
- ۳- امیدوار، ع ر (۱۳۸۴). سیاست گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، رشته سیاست گذاری عمومی، دانشگاه تهران.
- ۴- برزگر، قدرت الله؛ محمد غواصی کناری. (۱۳۹۵). " مطالعه رابطه سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". مجله دانش حسابداری، سال هفتم، ش ۲۴، صص ۱۵۵-۱۸۰.
- ۵- پاکدامن، پژمان. (۱۳۹۶). مسئولیت اجتماعی سازمان چیست؟ ویژه نامه نوبهار، آذر ماه.

- ۶- تولایی، روح اله، «عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان»، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۵، ۲۰۱۰، ص ۸-۱.
- ۷- حساس یگانه، یحیی و قدرت الله، برزگر. (۱۳۹۴). "مدلی برای افشای مسئولیتهای اجتماعی و فهرستی از شرکتها و وضعیت فعلی آن در بورس اوراق بهادار تهران." مجله بورس اوراق بهادار، ش ۸، صص ۹۱-۱۱۰.
- ۸- صالح نیا، م. (۱۳۹۱). «اثر رهبری اخلاقی بر فضای اخلاقی سازمان» فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ش ۷(۲)، ص ۱-۱۳.
- ۹- قاهری، ز. (۱۳۸۷). مسئولیت اجتماعی سازمان و ضرورت توجه به آن، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان، شماره ۳.
- ۱۰- قاسمی، ا. (۱۳۷۴)، «بررسی الگوی مسئولیت اجتماعی مدیریان بخش صنایع نساجی سازمان صنایع ملی»، رساله ی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، دانشگاه تهران.
- ۱۱- مجله تدبیر، (اردیبهشت ۱۳۸۳)، شماره ۱۴۴، ص ۲۶-۲۲.
- ۱۲- محمد داودی، ا؛ و ولایی ملکی، م. (۱۳۹۲). «تحلیل روابط رهبری اخلاقی با سلامت سازمانی؛ مطالعه موردی»، فصل نامه مطالعات منابع انسانی، ش ۳(۹)، ص ۶۱-۷۸.
- ۱۳- میر سپاسی، علی. (۱۳۹۶). اخلاق در حوزه عمومی، نشر ثالث، سری چاپ دوم. آذر ماه.
- Aaltonen, K. et al. (۲۰۰۸), "Stakeholders salience in global rojects", *International Journal of Project Management*, Vol. ۲۶ No. ۱.
- Ali, ۱., Rehman, K.U., Ali, S.I., yousef. J. & Zia, M. (۲۰۱۰). ""Corporate social responsibility influence employee commitment and organizational performance"". *African Journal of Business management*, ۴(۱۲), ۲۷۹۶-۲۸۰۱.
- Brammer, S., Millingto, A., & Rayton, B. (۲۰۰۷). "The contribution of corporate Social responsibility to organizational commitment". *International journal of Human Resource Management*, ۱۸(۱۰), ۱۷۰۱-۱۷۱۹
- French, P. A. (۱۹۸۴). *collective and Corporate Responsibility*, New York, Colomdia University Press
- Moler, H (۲۰۱۰). *corporate social responsibility disclosure :an examination of framework of determinants and consequences*. Doctoral thesis, Durham University. Available at Durham E-Theses
, Online: <http://etheses.dur.ac.uk/۴۸۰/>
- Molina .M (۲۰۱۰) "The Corporate Role in a Changing Society: A Model of Sensemaking and of Firm Characterization", PHD Thesis, Business School, Universitat Ramon Llull.
- Valentine, Sean., and Fleischman, Gary., (۲۰۰۸) Professional Ethical Standards ,Corporate Social Responsibility and The Perceived Role of Ethics a Social Responsibility, *journal of Business Ethics* 8۲, pp. ۶۵۷-۶۶۶.
- Vitell, S. J., Paolillo, J.G.P., Thomas, J.L. (۲۰۰۳). "The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Study of Marketing Professionals." *Business Thics Quarterly* ۱۳(۱), ۶۳-۸۶.

- Van De Veld, E. Vermeir, W. Corten, F. (۲۰۰۵). Finance and accounting: Corporate social responsibility and financial performance. *Corporate Governance*, ۵, ۱۲۹-۱۳۸.
- Zhu, Y. Sun, LY. Leung, ASM. (۲۰۱۳). Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance: The Role of Ethical Leadership". *Asia Pacific Journal of Management*; No. ۳۱, p ۱-۲۳

