



مسئولیت پذیری برای آینده‌ای پایدار

نگاهی به مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانها

تاریخچه



- در اواسط قرن بیستم، مسئولیت اجتماعی سازمانها، توسط متفکرین و متخصصین مدیریت کسب و کار، مانند پیتر دراگر، در آمریکا مطرح شد و مورد بحث قرار گرفت و به این ترتیب وارد فرهنگ کسب و کار شد.
- مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانها که طی دهه‌های اخیر ظهور پیدا کرده، در بسیاری از محافل علمی، سیاسی و اقتصادی کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، به دغدغه مهمی در مدیریت، بازاریابی و سرمایه گذاری، تبدیل شده است.
- ظهور مسئولیت اجتماعی سازمانها، عمدتاً در پاسخ به تحولات و چالش‌هایی از قبیل جهانی سازی بوده است.
- امروزه مسئولیت اجتماعی سازمانها نه تنها بخش مهمی از ادبیات و فرهنگ مدیریت را به خود اختصاص داده است، بلکه موضوع بحث آکادمی‌ها، مجامع حرفه‌ای، سازمان‌های غیر دولتی، مصرف کنندگان، کارکنان، تامین کنندگان، سهام‌داران و سرمایه‌گذاران شده است.
- در نگاه تاریخی به فضای کسب و کار ایران، برخی مصادیق کوچک مسئولیت پذیری اجتماعی کسب و کارها در قالب کمک‌های خیریه و مبتنی بر ارزش‌ها وجود داشته است. اما مسئولیت اجتماعی سازمانها، فراتر از کار خیریه و در دنیای امروز جزو جدایی ناپذیری از برنامه راهبردی مدیریتی سازمانها باید باشد.

تعریف

- مسئولیت اجتماعی سازمانها، مشارکت و همکاری سازمان‌های کسب و کار در توسعه اقتصادی پایدار است.
- مسئولیت اجتماعی، در یک تعریف عام، طریقی است که سازمانها رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی را با ارزش‌ها، فرهنگ، استراتژی‌ها، ساختار تصمیم‌گیری و شیوه‌های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حساسرسی یکپارچه می‌کنند، و در نتیجه فرایندها و رویه‌های بهتری را درون سازمان خود، جاری می‌سازند و به این ترتیب ثروت می‌آفرینند و جامعه را بهبود می‌بخشند.
- تعالی در مسئولیت اجتماعی، فراتر رفتن از مقررات الزامی در چارچوبی است که سازمان در آن فعالیت می‌کند و تلاش برای درک انتظارات ذی‌نفعان سازمان در جامعه و پاسخگویی به آنها است.
- در تعریف چهاربخشی کارول، مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها دربرگیرنده انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه جامعه از سازمانها در زمان و مکان خاص است.
- بنیاد مدیریت کیفیت اروپا، بر اساس ساختار مدل تعالی خود، چارچوب ویژه‌ای برای مسئولیت اجتماعی سازمانها تدوین و منتشر کرده و در تعریف مسئولیت اجتماعی چنین گفته است: هرچند که ارائه یک تعریف عام برای مسئولیت اجتماعی خیلی سخت است ولی مشخصات عمومی آن به شرح زیر قابل تعریف است:
 - برآورده کردن نیازهای ذی‌نفعان فعلی، بدون نقض کردن توانائی نسل‌های آینده برای برآورده کردن نیازهای خودشان.





- پرداختن داوطلبانه به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به جای پرداختن به آن به عنوان یک الزام قانونی. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها منافع سازمان را در بلند مدت برآورده خواهد کرد.
- یکپارچه سازی سیاست‌های اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی در فعالیت‌های روزمره کسب و کار.
- پذیرفتن مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، به عنوان یک فعالیت محوری که با استراتژی مدیریت یک سازمان درهم تنیده شده است.

○ سازمان بین‌المللی استاندارد، در ارتباط با مسئولیت اجتماعی، ISO 26000:2010 را منتشر کرده است. برای این استاندارد، بر خلاف سایر استانداردها نمی‌توان گواهی نامه صادر کرد، به دلیل این که الزامات را تعیین نمی‌کند و فقط یک راهنما است، و برای سازمان‌ها روشن می‌کند که مسئولیت اجتماعی چیست، و به آنها کمک می‌کند تا اقدامات اجرایی اثربخش را بر اساس اصول و مبانی مسئولیت‌های اجتماعی تعریف و اجرا کنند و تجربیات موفق را به اشتراک بگذارند. این استاندارد تمامی سازمان‌ها را صرف نظر از نوع فعالیت، اندازه و موقعیت، مخاطب خود دارد و هفت اصل را برای مسئولیت اجتماعی، بدین شرح بر می‌شمارد:

- پاسخگویی، شفافیت، رفتار اخلاقی، احترام به انتظارات ذی‌نفعان، احترام به حکومت قانون، احترام به هنجارهای بین‌المللی در رفتار، احترام به حقوق شهروندی

و راهنمایی‌های خود را پیرامون هفت موضوع اصلی، به شرح زیر ارائه می‌کند:

- حکمرانی سازمانی، حقوق شهروندی، مقررات کار، محیط زیست، عملیات منصفانه، امور مشتریان، مشارکت در امور جامعه و توسعه آن.

○ مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به مفهوم مدرن آن، پدیده‌ای نوپا در میان سازمان‌های ایرانی است و لزوم سیاست‌گذاری عمومی و مداخله نهادهای حاکمیتی و میانی جهت ترغیب و فرهنگ سازی پیرامون آن ضروری است. در این میان سازمان‌های بزرگ و سرآمدتر می‌توانند به عنوان پیشگامان CSR به الگو سازی و جریان‌سازی در این عرصه نیز بپردازند.

○ ارتباط مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با مفهوم توسعه پایدار از این جنبه است که سازمان‌ها به عنوان یکی از ارکان جوامع امروز، به واسطه اثرگذاری مهم‌شان بر اجتماع، اقتصاد و محیط زیست مسئولیت مهمی در هدایت فرآیند کلی توسعه به سمت پایداری دارند.

○ هسته مرکزی بحث مسئولیت اجتماعی آنجاست که سازمان‌ها فقط در مقابل سهامداران یا صاحبانشان مسئول نیستند. به بیانی دیگر آنها آفریده نشده‌اند تا فقط به میزان سوددهی سهامداران‌شان و آنهم بر مبنای منافع کوتاه‌مدت نگاه کنند. بلکه سازمان‌ها در ارتباط با ذی‌نفعان دیگری نیز هستند که خواسته‌های مشروع آنها را نیز باید مورد لحاظ قرار دهند. خواسته‌هایی که در نظر نگرفتن‌شان جدای از ایجاد چالش با ذی‌نفعان، سوددهی اقتصادی بلندمدت سهامداران را نیز به خطر می‌اندازد.

○ وقتی صحبت از ذی‌نفعان می‌شود، طیف مختلفی از گروه‌ها شامل افراد درون سازمان، جوامع محلی، نهادهای مردمی، شهروندان، سازمانهای دولتی، رسانه‌های عمومی و بنگاه‌های اقتصادی را در بر می‌گیرد.

○ مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه‌ای انجام دهد که در آن فعالیت می‌کند. سازمان‌ها باید بیاموزند که حمایت از محیط خارجی‌شان، یک اختیار و انتخاب نیست، بلکه بخش مهمی از فرآیند کسب و کارشان به حساب می‌آید.

○ هرچه پایبندی به اصول اخلاقی در مدیران بیشتر باشد، تعهد درونی قوی‌تری در آنها وجود خواهد داشت تا نسبت به قوانین و مقررات و ارزش‌های اجتماعی متوجه بوده و منافع جامعه را فدای منافع موسسه خود نکنند.

○ مسئولیت اجتماعی، یک نگرش کوتاه‌مدت و واکنشی سریع در قبال فشارها، تنش‌ها، بحران‌ها و مطالبات عمومی یا دولتی نیست. بلکه گستره زمانی توجه به مسئولیت‌های اجتماعی، باید به شکلی بلندمدت باشد و تکیه آن بر کسب اهداف عالی اجتماعی بنا نهاده شود.

○ مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، منتقدان و موافقان و بحث‌های مختلفی پیرامون خود دارد که توجه به آنها به خصوص با در نظر گرفتن فضای کسب و کار و ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور، برای تحقق نتایج مثبت آن در ایران ضروری است.

مسئولیت اجتماعی، امری جدا از فعالیت‌های روزمره سازمان‌ها نیست و نباید به شکل پروژه‌ای موقتی و زمان‌دار و یا مربوط به دوره مدیریت فردی خاص به آن نگریسته شود. مسئولیت اجتماعی باید به یک باور و فرهنگ در میان سازمان‌های ایرانی تبدیل شود و از این طریق بتواند منجر به خلق ارزش مشترک برای ذی‌نفعان و سازمان شود.

- چندین اصطلاح برای اشاره به مفهوم «مسئولیت سازمان‌ها در قبال جامعه» در ادبیات و منابع مدیریت به کار برده می‌شود: corporate social responsibility, corporate citizenship, corporate morality و ... که همه آن‌ها به نوعی به رفتار مسئولانه سازمان در قبال کارکنان، مشتریان، ذی‌نفعان و در نگاه کلی، جامعه اشاره دارند.

رابطه با قوانین و مقررات

- رابطه خیلی نزدیکی بین مسئولیت اجتماعی و قانون وجود دارد.
- قوانین و مقررات، ابزار اصلی دولت‌ها برای توجه دادن سازمان‌ها به مسائل اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی به شمار می‌روند.
- در غالب کشورها، بویژه در کشورهای پیشرفته، دامنه وسیعی از قوانین و مقررات در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، استانی و ملی مرتبط با مصرف‌کنندگان، کارگران، ایمنی و بهداشت، حقوق بشر، حفظ محیط زیست، حقوق تجارت، مالیات و بسیاری موضوعات دیگر وجود دارد.
- رویکردهای مسئولیت اجتماعی باید این اطمینان را ایجاد کند که همه عملیات و رفتارهای سازمان با قوانین موجود در زمینه اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی انطباق کامل دارد.
- برنامه‌های مسئولیت اجتماعی در یک سازمان را می‌توان روش‌های پیشگیرانه‌ای تلقی کرد که قبل از این که مشکلات قانونی بالقوه بخواهد اتفاق بیفتد، هشدارهای لازم را ارائه می‌کنند.
- بر پایه تعریف «انطباق کامل با قوانین و مقررات»، مسئولیت اجتماعی بطور عام شامل فعالیت‌ها و تعهدات «فراتر از قانون» است که می‌تواند سرفصل‌های زیر را در بر بگیرد:

- | | |
|------------------------|---|
| ▪ حکمرانی سازمانی | ▪ امور خیرخواهانه |
| ▪ اخلاق کسب و کار | ▪ فعالیت‌های داوطلبانه کارکنان |
| ▪ محیط زیست | ▪ رضایت مشتریان |
| ▪ حقوق بشر | ▪ مقابله با فساد مالی و اداری و رشوه خواری |
| ▪ حقوق نیروی کار | ▪ پاسخگویی، شفافیت و گزارش دهی |
| ▪ امور اجتماعی | ▪ روابط با تامین‌کنندگان (داخلی و بین‌المللی) |
| ▪ توسعه و سرمایه‌گذاری | ▪ مبانی رقابت جوانمردانه |

نگرش سازمان‌ها

نوع نگاه سازمان‌ها به مسئولیت اجتماعی متفاوت است و سیر تحول خود را با گذشت زمان طی می‌کند. موارد زیر می‌تواند نشان‌دهنده مراحل تحول نگرش سازمان‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی باشد:

- انفعالی: انکار مسئولیت‌های اجتماعی، و اجرای برنامه‌ها در حد کمتر از آنچه که الزامی است.
- تدافعی: پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، اما با حالت خصمانه، و اجرای کمترین برنامه‌ها در حدی که الزامی است.
- سازگار: پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، و اجرای تمام برنامه‌هایی که الزامی است.
- آینده‌نگر: پیش‌بینی‌کننده مسئولیت‌های اجتماعی، و اجرای برنامه‌ها فراتر از آنچه که الزامی است.



سطح بلوغ سازمان‌ها

سازمان‌ها در ارتباط با مسئولیت اجتماعی از سطوح بلوغ متفاوتی برخوردارند. نشانه‌های اصلی زیر می‌تواند بیانگر سطح بلوغ سازمان‌ها باشد:

- **ابتدایی‌رله:** سازمان تمام قوانین و مقرراتی را که الزامی هستند رعایت می‌کند.
- **میان‌راه:** گفتگو و ارتباط فعال با ذینفعان، برخی برنامه‌های مسئولیت اجتماعی به اجرا درآمده است.
- **پیشرو:** انتظارات ذینفعان، متوازن شده و اندازه‌گیری می‌شود، و برای تحقق آنها اقدام به عمل می‌آید. مسئولیت اجتماعی در بطن استراتژی، خط مشی‌ها و مدیریت روزمره سازمان در جهت تعالی پایدار جای گرفته است.

دستاورد نهائی در سازمان‌های پیشرو: یکپارچه سازی مسئولیت اجتماعی با استراتژی، خط مشی، برنامه‌ها و عملیات روزمره.



گزارش دهه

سازمان‌های مسئولیت پذیر در قبال اجتماع، بطور منظم و داوطلبانه، گزارشی از برنامه‌ها و شاخص‌های عملکردی خود را در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی، در چارچوب‌های متفاوتی تهیه و منتشر می‌کنند. این گزارش‌ها که معمولاً بطور سالانه تهیه و منتشر می‌شود، سه سرفصل اصلی زیر را در بر می‌گیرد:

○ عملکرد اجتماعی

بر موضوعاتی از این قبیل تمرکز دارد که سازمان چگونه به امور مربوط به سلامت کارکنان، مشتریان، سایر ذینفعان و جامعه، از منظر حقوق شهروندی، نیروی کار، حکمرانی و مسئولیت در قبال محصولات و خدمات و فرایندهای ایمنی می‌پردازد.

○ عملکرد اقتصادی

به آثار عملکرد مالی سازمان اشاره دارد و بر موضوعاتی از قبیل پیامدهای اقتصادی وارد بر مشتریان، تامین کنندگان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و بخش‌های عمومی تمرکز دارد و نمایه‌های اصلی آن شامل فروش، سود، هزینه‌های سرمایه‌ای، وام و بهره، حقوق و دستمزد، کمک‌های مالی خیرخواهانه، مالیات‌ها، خریدهای محلی و داخلی و قدرت نام تجاری می‌شود.

○ عملکرد محیط زیستی

شامل ارتباط فعالیت‌های سازمان با حوزه محیط‌زیست و پیامدهای ناشی از آن است، اعم از آثاری که در زمان حاضر مشهود است یا در نسل‌های آینده خود را نشان خواهد داد و موضوعاتی از این قبیل را شامل می‌شود: حفظ منابع، کاهش ضایعات و مدیریت بر آن، کنترل مخاطرات محیط‌زیستی، تأثیرات زنجیره تامین، از بین بردن ضایعات، بازیافت، صرفه‌جویی در انرژی، تنوع زیستی و محافظت از حیات وحش، بهره‌برداری از آب و مواد، گازه‌های گلخانه‌ای و انرژی‌های تجدید پذیر.

