



« برنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها »

نگاهی به مفهوم مسئولیت اجتماعی

نشریه تدبیر تلاش دارد با اختصاص بخش ویژه‌ای با عنوان "برنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها" با استفاده از تجربه سازمان‌های پیش‌آهنگ ملی و استانداردها و مدل‌های بین‌المللی به ترویج این مفهوم در سازمان‌های ایرانی بپردازد تا بستر مناسبی برای ورود و رشد سازمان‌ها به سمت بلوغ سازمانی پیشرو و سرآمد در این حوزه فراهم شود. در این راستا، از متخصصان و علاقه‌مندان به این حوزه دعوت می‌شود تجربیات و دستاوردها و نیز علاقه‌مندی به همکاری و مشارکت خود را در این برنامه به آدرس CSR@imi.ir ارسال کنند.

تاریخچه مسئولیت اجتماعی

در اواسط قرن بیستم، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها توسط متفکرین و متخصصانی نظیر پیتر دراکر در آمریکا مطرح شد و به این ترتیب، وارد فرهنگ و مدیریت کسب و کار شده و در بسیاری از محافل علمی، سیاسی و اقتصادی کشورهای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل به دغدغه مهمی در مدیریت، بازاریابی و سرمایه‌گذاری شده است. ظهور مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها عمدتاً در پاسخ به تحولات و چالش‌هایی از قبیل جهانی‌سازی 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 غیردولتی، مصرف‌کنندگان، کارکنان، تأمین‌کنندگان، سهام‌داران و سرمایه‌گذاران شده است. در نگاه تاریخی به فضای کسب‌وکار ایران، برخی مصادیق کوچک مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حوزه کسب‌وکارها در قالب کمک‌های خیریه و مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، دینی، محلی و قومی نیز وجود داشته است. اما به مفهوم مدرن آن، به‌عنوان پدیده‌ای نوپا در میان سازمان‌های ایرانی است و لزوم سیاست‌گذاری عمومی و مداخله نهادهای حاکمیتی و میانی جهت ترغیب و فرهنگ‌سازی پیرامون آن ضروری است. در این میان سازمان‌های بزرگ و سرآمدتر می‌توانند به‌عنوان پیشگامان مسئولیت اجتماعی به الگوسازی و جریان‌سازی در این عرصه بپردازند. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، منتقدان و موافقان و بحث‌های مختلفی پیرامون خود دارد که توجه به آنها به‌ویژه با در نظر گرفتن فضای کسب‌وکار و ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور برای تحقق نتایج مثبت آن در ایران ضروری است.

تعاریف مسئولیت اجتماعی

هسته مرکزی بحث مسئولیت اجتماعی در این است که سازمان‌ها فقط در مقابل سهام‌داران یا صاحبانشان مسئول نیستند. به بیانی دیگر، کسب‌وکارها برای تحقق میزان سوددهی سهام‌دارانشان و آن هم بر مبنای منافع کوتاه‌مدت ایجاد نشده‌اند بلکه در ارتباط با ذی‌نفعان دیگری نیز مسئول 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 مخاطره می‌اندازد. هنگامی 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 دربر 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 فرایند کسب‌وکارشان محسوب می‌شود. 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 پایبند بوده و منافع جامعه را فدای منافع مؤسسه 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، به شکلی بلندمدت در نظر گرفته شود و تکیه بر آن به‌منظور کسب اهداف عالی اجتماعی صورت پذیرد.

مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، یعنی مشارکت و همکاری کسب‌وکارها در توسعه «اقتصاد پایدار». مسئولیت اجتماعی، در یک تعریف عام، طریقی است که سازمان‌ها، رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی را با ارزش‌ها، فرهنگ، استراتژی‌ها، ساختار تصمیم‌گیری و شیوه‌های عملیاتی خود به

شکلی شفاف، قابل ارزیابی و حسابرسی 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 مشخصات عمومی آن را به شرح زیر تعریف کرده است:

- برآورده کردن نیازهای فعلی ذی‌نفعان، بدون نقض کردن توانایی نسل‌های آینده برای برآورده کردن نیازهای خودشان.
 - پرداختن داوطلبانه به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به‌جای پرداختن به آن به‌عنوان الزامی قانونی. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها منافع سازمان را در بلندمدت برآورده خواهد کرد.
 - یکپارچه‌سازی سیاست‌های اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی در فعالیت‌های روزمره کسب‌وکار.
 - پذیرفتن مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به‌عنوان یک فعالیت محوری که با استراتژی مدیریت یک سازمان درهم تنیده شده است.
- سازمان بین‌المللی استاندارد در ارتباط با مسئولیت اجتماعی، استاندارد ISO 26000:2010 را منتشر کرده است. برای این استاندارد، برخلاف سایر استانداردها نمی‌توان گواهی‌نامه صادر کرد، به این دلیل که این استاندارد الزامات را تعیین نمی‌کند، فقط یک راهنما است و تنها برای سازمان‌ها روشن می‌کند که مسئولیت اجتماعی چیست. همچنین، 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 صرف‌نظر از نوع فعالیت، اندازه و موقعیت مخاطب خود قرار دهد و هفت اصل: «پاسخگویی، شفافیت، رفتار اخلاقی، احترام به انتظارات ذی‌نفعان، احترام به حکومت قانون، احترام به هنجارهای بین‌المللی در رفتار، احترام به حقوق شهروندی» را برای مسئولیت اجتماعی بر می‌شمارد و راهنمایی‌های خود را پیرامون هفت موضوع اصلی به شرح زیر ارائه می‌کند: «حکمرانی سازمانی، حقوق شهروندی، مقررات کار، محیط‌زیست، عملیات منصفانه، امور مشتریان، مشارکت در امور جامعه و توسعه آن».

رابطه مسئولیت اجتماعی 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 به‌شمار می‌روند. در کشورها، به‌ویژه 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 محیط‌زیست، 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. برنامه‌ای مسئولیت اجتماعی در یک سازمان را می‌توان روش‌های پیشگیرانه‌ای تلقی کرد که قبل از اینکه مشکلات قانونی بالقوه بخواد اتفاق بیفتد، هشدارهای لازم را ارائه می‌کنند. بر پایه تعریف «انطباق کامل با قوانین و مقررات»، مسئولیت اجتماعی به‌طور عام شامل فعالیت‌ها و تعهدات «فراتر از قانون» است که می‌تواند سرفصل‌های زیر را دربر بگیرد:

- حکمرانی سازمانی • امور خیرخواهانه • اخلاق کسب‌وکار • فعالیت‌های داوطلبانه کارکنان • محیط‌زیست • رضایت مشتریان • حقوق بشر
- مقابله با فساد مالی، اداری و رشوه‌خواری • حقوق نیروی کار • پاسخگویی، شفافیت و گزارش‌دهی • امور اجتماعی • روابط با تأمین‌کنندگان (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 متفاوتی برخوردارند. نشانه‌های اصلی زیر می‌تواند بیانگر سطح بلوغ سازمان‌ها باشد:

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

دستاورد نهایی در سازمان‌های پیشرو: یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی با استراتژی، خط‌مشی، برنامه‌ها و عملیات روزمره.

کسب اطلاعات بیشتر در سایت سازمان www.imi.ir بخش برنامه‌های مسئولیت اجتماعی