

تعارض مسئولیت اجتماعی و سودآوری مدیران شرکتها و سازمانها

قرن جدید شاهد انتقال دیدگاههای مدیران به فراسوی سازمانهایشان بوده است. اگر در زمانه «تیلور» که او را پدر مدیریت علمی لقب داده اند، توصیه به مدیران این بود که کارگاه هایشان را بهره ور نگه دارند و اگر در مکتب روابط انسانی مدیران به ارضای نیازهای روحی و روانی کارکنانشان تشویق می شدند، در زمانه حاضر مدیران را متوجه محیطهای خارج از سازمانهایشان ساخته اند. منشور سنتی سازمانها که هم و غم مدیران را در بهره وری و سودآوری سازمان می دید با منشوری جایگزین شده است که مسائل محیطی را در دستور کار مدیران قرار می دهد. مدیر امروز برای توفیق می بایست نه فقط به محیط بیرونی سازمان از جهت مشتریانش. بنگرد بلکه باید همه شهروندان، همه آدمیان و همه طبیعت این کره خاکی را مشتری خود نگاه کند و از اینرو

مسئولیت اجتماعی به عنوان تعهد مدیران برای گام برداشتن در جهت حفاظت و بهبود رفاه جامعه همراه با حفظ منافع سازمان آنها تعریف می شود. چرا که مدیران باید به دلیل تعهد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را همواره مد نظر قرار داشته باشند.

طبق این مفهوم، مدیران باید تصمیماتی بگیرند که هم از یک سوء سود سازمان رامد نظر قرار دهند و هم از سوی دیگر از منافع جامعه به عنوان یک اصل، محافظت نمایند.

قواعد مسئولیت اجتماعی باید هم در داخل سازمان و همچنین در زمان تعامل با سایر ذینفعان شرکت اعمال شوند.

تا زمانی که یک سازمان اصول مسئولیت اجتماعی را رعایت کند، سودآوری و مسئولیت اجتماعی به یک اندازه برای سازمان و کارکنان آن اهمیت خواهد داشت و بر یکدیگر ترجیح داده نخواهد شد.

مزایای مسئولیت اجتماعی مدیران در شرکتها و سازمانها عبارتست از :

1- کمک به مزیت رقابتی سازمان در برابر سایر رقبا.

2- جلب توجه سایر ذینفعان به سازمان.

3- افزایش پایداری و وفاداری کارکنان به سازمان.

4- بهبود فرهنگ کسب و کار سازمانی.

5- بهبود وجه شرکت یا سازمان در انظار عمومی.

6-افزایش ارزش و سودآوری شرکت .

بر اساس دیدگاه مسئولیت پذیرانه که منطبق با سیر تاریخی نیز است سازمان ملزم است در جهت حل مسائل و مشکلات جامعه فعالیت کند در نتیجه سود آوری تنها یکی از هدفهای بنگاه اقتصادی محسوب نمی شود چرا که جامعه اجازه فعالیت و استفاده از منابع ملی را به سازمانها و شرکتهای اعطا کرده و محیط مناسب برای کسب سود را برای آنها بوجود آورده، لذا سازمان نیز باید خود را مدیون جامعه و خدمتگذار آن بداند.

در این منطق دو رویکرد دنبال می شود یکی آنچه برای من خوب است برای جامعه هم خوب است و دیگر آنکه مردم و جتماعه از پول مهمتر هستند.

اما به هر تقدیر دنیای امروز پاسخگویی اجتماعی و انسانی سازمانها را لازمه توسعه و توفیق آنها در عرصه های جهانی دانسته است و اگر سازمانها بخواهند به این هدف دست یابند باید تا خود را در مسیری قرار دهند که مسئولیت سازمانی اجتماعی و انسانی را تحقق بخشند و درعین حال مسئولیت اقتصادی و حرفه ای سازمانی خود را نیز از یاد نبرند.

البته لازم بذکر است که در راه تحقق مسئولیت اجتماعی مدیران سازمانها با مشکلاتی نیز مواجه اند که باید آمادگی رویارویی با آن مشکلات را داشته باشند. بعنوان مثال یکی از مشکلات عمده محیط رقابتی جهان امروز است بطوری که اگر سازمانها بیشتر منابع مالی و سازمانی خود را صرف تحقق مسئولیتهای اجتماعی کنند، مسلماً در صحنه رقابت با سایر رقبای خود آسیبهای شدیدی خواهند خورد و ممکن است این امر به حذف آنها بینجامد. در پایان می توان نتیجه گرفت که برقراری توازن بین اهداف سازمانی و اهداف مسئولیت اجتماعی برای مدیران سازمانی امری مهم است. البته اگر همه سازمانها مسئولیت اجتماعی و انسانی را بعنوان یکی از اولویتهای و اقدامات خود قرار دهند این مسئله پیش نخواهد آمد، اما هیچ تضمینی وجود ندارد که این اتفاق رخ دهد. در نتیجه مدیران سازمانها باید به اقداماتی دست بزنند که مشکل تعارض حاصل از رقابتهای اقتصادی در مقابل ارزشهای اجتماعی را بدرستی حل و فصل نمایند.

تهیه و تنظیم:

رحمان حسینی

دبیر کل انجمن اخلاق کسب و کار ومسئولیت اجتماعی ایرانیان