

## سطح بلوغ سازمانی در حوزه مسولیت های اجتماعی

بخش اول

در دهه های اخیر و با گسترش روز افزون اثرگذاری سازمان ها بر محورهای تشکیل دهنده توسعه پایدار یعنی «اقتصاد»، «جامعه» و «محیط زیست»، مفهومی به نام مسولیت اجتماعی سازمان ها (Corporate Social Responsibility) یا CSR در دنیای مدیریت ظهور پیدا کرده است. به طور خلاصه یعنی اینکه سازمان ها در قبال جامعه ای که در آن فعالیت می کنند، مسؤل هستند؛ چرا که از منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی آن استفاده می کنند. طبق این مفهوم، سازمان ها دیگر فقط در مقابل سهامداران مسؤل نیستند و فقط برای نگاه کوتاه مدت به سوددهی سهامداران شان ایجاد نشده اند؛ بلکه سازمان ها در ارتباط با ذی نفعان دیگری نیز هستند و باید خواسته های مشروع آنها را هم مورد توجه قرار دهند. در نظر نگرفتن این خواسته ها، جدای از ایجاد چالش با سایر ذی نفعان، سوددهی اقتصادی بلندمدت سهامداران را نیز به خطر می اندازد.

ذی نفعان سازمان طیف وسیعی را مشتمل بر کارکنان، مشتریان، شرکای تجاری، جوامع محلی، محیط زیست، رسانه ها، نهادهای مردمی، شهروندان، دولت و ... در بر می گیرد. اهمیت ذی نفعان برای سازمان ها به تدریج در حال افزایش است و به واسطه اثرگذاری آن بر «شهرت»، «وجهه» و «برند» سازمان، به یکی از دغدغه های مدیران تبدیل شده است. این موضوع باعث شده بسیاری از شرکت های بزرگ، دیگر صرفا به عملکرد اقتصادی و مالی خود توجه نداشته باشند؛ بلکه عملکرد اجتماعی و محیط زیستی خود را نیز به طور جدی در نظر بگیرند.

از دهه ۹۰ میلادی و همزمان با توسعه سیستم های مدیریتی مبتنی بر استانداردها و چارچوب هایی مانند سری ISO 9000 (مدیریت کیفیت)، ISO 14001 (مدیریت محیط زیست)، SA 8000 (پاسخگویی اجتماعی)، OHSAS 18001 (مدیریت ایمنی و سلامت شغلی) و ISO 26000 (مسئولیت اجتماعی) مفهوم CSR به شکل مدرن آن تکامل یافت.

مسئولیت اجتماعی، مسیری است که طی آن سازمان ها رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی را با ارزش ها، فرهنگ، استراتژی ها، ساختار تصمیم گیری و شیوه های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه می کنند و در نتیجه فرایندها و رویه های بهتری را درون سازمان جاری می سازند و به این ترتیب ثروت می آفرینند و جامعه را بهبود می بخشند.

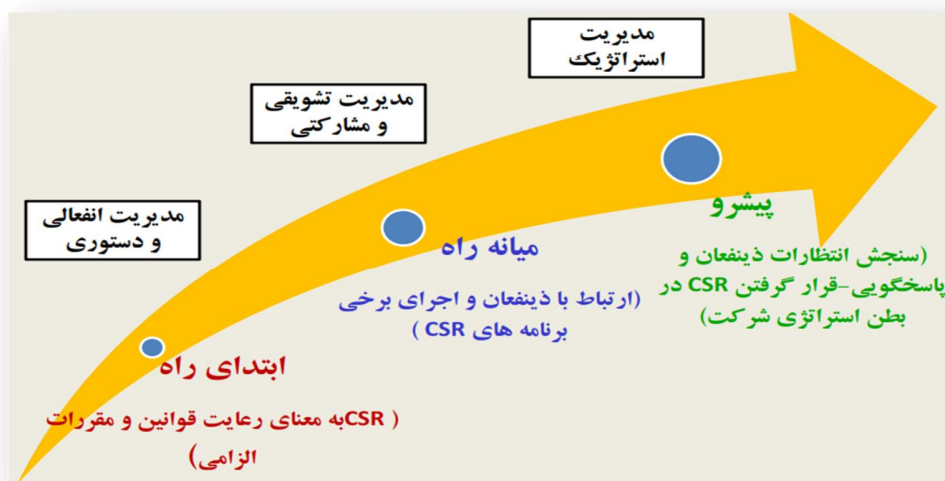
## سطح بلوغ سازمانی و نوع مدیریت

شرکت ها را از نظر سطح بلوغ فرآیند مسئولیت اجتماعی می توان در سه سطح کلی تقسیم بندی نمود:

گروه اول- شرکت هایی که در ابتدای راه قرار دارند، اقدامات آنها در حوزه مسئولیت اجتماعی بیشتر بصورت مدیریت انفعالی و دستوری بوده و در بهترین حالت، رعایت قوانین و مقررات مرتبط با حوزه فعالیت و ذینفعان (کارکنان-مشتریان، جوامع بومی و محلی، محیط زیست و آنچه که از فرآیندها و تصمیمات شرکت متاثر می شود یا بر آن تاثیر می گذارد) را شامل می شود.

گروه دوم- شرکت هایی که در میانه راه بوده، اقدامات آنها در حوزه مسئولیت اجتماعی بیشتر بر اساس مدیریت تشویقی، مشارکتی و داوطلبانه شکل گرفته، و ارتباط با ذینفعان و برخی برنامه های CSR در ارتباط با آنها به اجرا در آمده است.

گروه سوم- شرکت های پیشرو، شرکت هایی هستند که فعالیت های آنها در حوزه مسئولیت اجتماعی بر اساس مدیریت استراتژیک، سنجش و پاسخگویی به انتظارات ذینفعان قرار داشته همچنین CSR در بطن استراتژی شرکت جای می گیرد.



شکل 1- تقسیم بندی شرکت ها از لحاظ سطح بلوغ سازمانی در CSR و نوع مدیریت ها