

پی‌جویی ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان از منظر قرآن

مصباح الهدی باقری کنی

دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)

مهدی سپهری

هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع)

مجید محمد زمانی

کارشناسی ارشد معارف اسلامی و مدیریت

چکیده

سازمان به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور، ابزاری در جهت خدمت به جامعه است؛ از این رو، تبیین وظایف و مسئولیت‌های آن در قبال جامعه ضروری است. تبیین ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان، در قرن اخیر موضوع گفت‌وگو و تضارب آرای اندیشمندان علم مدیریت قرار گرفته است. اما این موضوع بین اندیشمندان مدیریت اسلامی با استقبال کمی روبه‌رو شده است. تحقیق حاضر با هدف تبیین ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان در اندیشه اسلام نگارش یافته است.

در این تحقیق با انتخاب واژگان کلیدی قرآنی مرتبط با موضوع مسئولیت اجتماعی و انتخاب آیات مرتبط، به تفاسیر آن آیات رجوع و محتوای آنها با روش تحلیل مضمون

بررسی شده است. در پایان تحقیق، ۲۱ مسئولیت برای سازمان در قبال جامعه و در قالب شش بعد دینی، حکومتی، حقوقی، اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی ارائه شد.

کلیدواژه‌ها: سازمان، مسئولیت اجتماعی سازمان، اخلاق سازمانی، مدیریت اسلامی، قرآن.

۱. مقدمه

در دنیای امروزی، سازمان‌ها همه جوانب زندگی ما را فرا گرفته‌اند، پس انتظار مطالعه پدیده‌ای که با زندگی ما گره خورده، امری منطقی است. این پدیده با ایجاد اجتماع و برآثر نیازهای افراد جامعه ایجاد شده است؛ از این رو، سازمان‌ها را متشکل از گروه‌هایی نامیده‌اند که هر کدام منافع شخصی خود را دنبال می‌کنند. این گروه‌ها قدرت خود را جهت تحت‌تأثیر قراردادن توزیع منابع در سازمان به کار می‌گیرند (رابینز، ۱۳۷۹: ص ۲۷). بر طبق این دیدگاه، سازمانی اثربخش است که خواسته‌های عوامل محیطی خود را که تداوم حیات سازمان مستلزم حمایت آنها است، برآورده کند (همان: ۶۳). سازمان باید وظایف و مسئولیت خود را درباره این گروه‌های ذی‌نفع اجتماعی انجام دهد.

از این رو، یکی از مباحثی که در قرن اخیر موضع بحث و گفت‌وگو بین صاحب‌نظران عرصه مدیریت قرار گرفته، مسئولیت اجتماعی سازمان است. با گذشت زمان ابعاد مسئولیت‌های سازمان در قبال جامعه دچار تحول شده است. در گذشته سازمان‌ها تنها مسئول درآمدسازی بوده و تولید، محور اصلی فعالیت آنها بود. اما به تدریج جامعه از سازمان، انجام مسئولیت‌های دیگر را نیز درخواست کرد. با توجه به رشد سازمان‌های غیردولتی، جنبش‌های اعتراضی علیه قدرت سازمان‌ها، افزایش آگاهی اجتماعی، توسعه بازار سرمایه و شرکت‌ها، موضوع مسئولیت اجتماعی سازمان تبدیل به الگوی مناسب و غالب در سازمان‌ها شده است.

با گذشت زمان به علت عدم تبیین دقیق ابعاد مسئولیت‌های اجتماعی سازمان و پیگیری آن در اجتماع، سازمان‌ها مشکلاتی را برای جامعه خود ایجاد کردند. تخریب محیط

زیست، هنجارشکنی‌های اخلاقی، قانون‌گریزی‌ها، فرارهای مالیاتی و... را می‌توان از جمله این مشکلات دانست؛ از این‌رو، تبیین این مسئولیت‌ها و آسیب‌شناسی در این حوزه اهمیت دارد. بررسی تحقیقات انجام‌شده بیانگر این نکته است که نگاه به مسئولیت اجتماعی بیشتر برخاسته از اندیشه و ارزش‌های فرهنگ غرب و ناظر به جامعه آنها است؛ بنابراین، بررسی این مسئله از منظر منبع معرفتی دین اسلام (قرآن) و با توجه به مقتضیات جامعه اسلامی ضروری به نظر می‌رسد. در این مقاله، پس از بررسی ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان در تحقیقات گذشته، به ارائه شبکه مفهومی این موضوع از منظر قرآن خواهیم پرداخت.

۲. پیشینه مسئولیت اجتماعی سازمان

۲-۱. تعاریف مسئولیت اجتماعی سازمان

کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل مسئولیت اجتماعی شرکتی را چنین تعریف می‌کند: «مسئولیت اجتماعی شرکتی در پی این است که شرکت‌ها تا چه اندازه با اهداف و نیازهای جامعه در ارتباط هستند و چه قدر روی اهداف و نیازهای جامعه تأثیر می‌گذارند. تمامی گروه‌های اجتماعی تمایل دارند که کارکرد و نقش معینی را اعمال کنند یا بتوانند به مرور زمان، باعث تحول جامعه شوند». همچنین، گروه مشاوران سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO) مسئولیت اجتماعی سازمان را چنین تعریف کرده است: «ابزاری است برای توازن‌بخشیدن سازمان‌ها برای اعمال موضوعات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی؛ به شیوه‌ای که به مردم و اجتماعات موجود در جامعه خیر و منفعت برسانند». اگرچه تعاریف به‌کاربرده‌شده برای توصیف پدیده مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به ظاهر متفاوت هستند، بعضی نقاط کلیدی مشترک قابل تشخیص نیز دارند:

- توجه به انتظارات جامعه: مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها درباره نقش تجارت در جامعه و انتظارات جامعه از سازمان‌ها و شرکت‌ها بحث می‌کند.
- فعالیتی داوطلبانه: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک مفهوم تجاری داوطلبانه و

- درباره فعالیت‌هایی است که شامل اطاعت و هماهنگی فعالیت‌های شرکتی با مسائل اجتماعی می‌شود. هرچند برخی برای آن ابعاد قانونی نیز در نظر می‌گیرند.
- تأکید بر عواقب فعالیت‌ها: مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها شامل تأکید عمده بر روی فعالیت‌های تجاری و... و عواقب این فعالیت‌ها بر جامعه است.
- بهبود ابعاد مختلف جامعه: مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به دنبال سنجش و بهبود عملکرد فعالیت‌های سازمان‌ها و شرکت‌ها بر روی ابعاد اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی بوده و درصدد پیشبرد هدف توسعه پایدار است.
- پاسخ‌گویی به ذی‌نفعان: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مرتبط با گزارش‌دهی عملکرد به کسانی است که با فعالیت‌های تجاری تحت تأثیر قرار می‌گیرند؛ به عبارت دیگر، مسئولیت در برابر تمامی ذی‌نفعان چون کارکنان، مصرف‌کنندگان، جامعه و محیط زیست است (صالحی امیری و مطهری نژاد، ۱۳۹۰: ص ۴۰ و ۳۹).

۲-۲. تئوری‌های مسئولیت اجتماعی

فرض می‌کنیم هر دسته تئوری مسئولیت اجتماعی بر یکی از جنبه‌های واقعیت اجتماع تمرکز دارند. این فرض به ما اجازه داد تا تئوری‌های مسئولیت اجتماعی سازمان را به چهار دسته طبقه‌بندی کنیم: ابزاری، سیاسی، ادغامی و اخلاقی.

- تئوری‌های ابزاری:^۱ اولین دسته تئوری‌ها، شرکت را ابزاری برای کسب ثروت در نظر می‌گیرد و این را تنها مسئولیت اجتماعی شرکت می‌داند. در این تئوری‌ها تنها جنبه اقتصادی رابطه بین کسب‌وکار و اجتماع در نظر گرفته می‌شود؛ بنابراین، هر فعالیت اجتماعی، تنها در صورتی که منجر به خلق ثروت شود، مورد قبول است. این تئوری‌ها، ابزاری نامیده شده‌اند، زیرا مسئولیت اجتماعی سازمان را تنها ابزاری برای کسب هدف سود و بیشینه‌کردن و خلق ثروت می‌دانند. ارائه‌کننده این نظر، فریدمن است که تنها مسئولیت کسب‌وکار در قبال جامعه را بیشینه‌کردن سود برای سهام‌داران در چهارچوب قانون و اخلاق می‌داند. سه گروه از تئوری‌های ابزاری عبارت‌اند از:

1. Instrumental theories

بیشینه کردن ارزش سهام داران؛ استراتژی‌هایی برای کسب مزیت رقابتی؛ و بازاریابی مربوط به علت که به دنبال کسب درآمد با ایجاد شهرت در نام تجاری از طریق انجام مسئولیت اجتماعی است (Garriga & Mele, 2004: p 53-55).

- تئوری‌های سیاسی:^۱ دسته‌ای از تئوری‌ها و رویکردهای مسئولیت اجتماعی، متمرکز بر تعاملات و ارتباطات بین کسب و کار و اجتماع بر مبنای قدرت و جایگاه کسب و کار و مسئولیت ذاتی آن است. نظریات این دسته شامل توجهات و تحلیل‌های سیاسی در مبحث مسئولیت اجتماعی شرکت است. مشروطه شرکتی، تئوری قرارداد اجتماعی یکپارچه و تابعیت شرکتی از گروه‌های این دسته است (Ibid: P 55-57).

- تئوری‌های یکپارچگی:^۲ سومین دسته شامل تئوری‌هایی است که معتقد هستند، کسب و کار باید خواسته‌های اجتماعی را ادغام کند، زیرا در وجود، بقا و رشد خود وابسته به اجتماع است. این دسته، تئوری‌های یکپارچگی نامیده می‌شود. مدیریت شرکت باید خواسته‌های اجتماعی را به حساب آورده و آنها را در مسیر فعالیت کسب و کار مطابق با ارزش‌های اجتماعی، یکپارچه کند. تئوری‌های این گروه بر یافتن و پاسخ به خواسته‌های اجتماعی متمرکز است که موجبات مشروعیت، مقبولیت اجتماعی و اعتبار را فراهم می‌کند. مدیریت مسائل، اصل مسئولیت عمومی، مدیریت ذی‌نفعان و عملکرد اجتماعی شرکت از اهم گروه‌های این دسته از تئوری‌ها هستند (Ibid: P 58-60).

- تئوری‌های اخلاقی:^۳ چهارمین دسته از تئوری‌ها بر این ادراک است که ارتباط بین کسب و کار و اجتماع بر مبنای ارزش‌های اخلاقی بنا شده است. این دسته بر پایه اصولی که بیان‌کننده انجام کارهای خوب یا ضرورت ایجاد جامعه مطلوب بنا شده است. تئوری ذی‌نفعان هنجاری، حقوق جهانی، توسعه پایدار و رویکرد خیر

1. Political theories
2. Integrative theories
3. Ethical theories

عمومی را می‌توان جزو این دسته به حساب آورد (Ibid:P 60-62).

۲-۳. قلمروهای مسئولیت اجتماعی

در طول چند دهه گذشته، جنبه‌های متعدد مسئولیت اجتماعی شرکت^۱ موضوع تحقیق در دانشگاه‌های کسب‌وکار بوده است. اگرچه ماهیت و دامنه آن نامشخص باقی مانده است، دانشمندانی تلاش کرده‌اند به‌طور خلاصه دسته‌بندی‌های مختلفی از آن را ارائه دهند. نکته مورد توافق همه آنها این است که هدف از کسب‌وکار تولید سود برای سهام‌داران (مسئولیت اقتصادی) است؛ علاوه بر این، پیروی از قوانین و مصوبات و حفظ اخلاق کسب‌وکار که مورد انتظار جامعه و مردم از کسب‌وکار است، جزو مسئولیت‌های کسب‌وکار است. جدول زیر خلاصه‌ای از مدل‌های CSR و حوزه‌های اصلی آن را نمایش می‌دهد.

جدول ۱. ابعاد و حوزه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان از نظر دانشمندان (jung; 2012: p16)

دانشمندان	ابعاد حوزه مسئولیت اجتماعی از نظر دانشمندان و صاحب‌نظران
کارول (۱۹۷۹، ۱۹۸۸، ۲۰۰۰)	اقتصادی، قانونی، اخلاقی، بشردوستانه
لی و مورفی (۱۹۸۸) و سمون، کریسپو و بوسک (۲۰۰۵)	اخلاقی- قانونی، بشردوستانه، تأثیرات اکولوژیکی
رودینلی و برری (۲۰۰۰)	علاقه شخصی تجاری، علاقه گسترش یافته همراه سود فوری، علاقه شخصی گسترش یافته همراه با سود بلندمدت، خیر عمومی
لانتوس چی پی (۲۰۰۱)	اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوع‌دوستانه
کیندر، لایدنبرگ، دومینی و کو این (۱۹۹۹)	۶ بعد: پشتیبانی اجتماع، پشتیبانی از کارکنان، محیط زیست، تنوع، محصول و...
ویندل کی (۲۰۰۷)	اجتماع، محیط زیست، اجتماع

کارول چهار طبقه از مسئولیت‌ها را مشخص می‌کند. این چهار طبقه عبارت‌اند از:

1. CSR: corporate social responsibility

مسئولیت‌های اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و بشردوستانه. این طبقه‌بندی به‌طور گسترده در میان دانشمندان مورد پذیرش واقع شده است (Carroll & Shabana, 2010). شرح این چهار دسته به قرار زیر است:

۲-۳-۱. مسئولیت اقتصادی: برطبق این مسئولیت، بنگاه‌ها موظف‌اند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورند و کالا و خدمات موردنیاز آنها را تأمین و مردم را از فرایند کار بهره‌مند کنند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ص ۴۶). به گفته کارول مسئولیت اقتصادی یعنی تولید محصول و خدمات مورد نیاز جامعه و فروش سودآور آنها. «اما شرکت تا چه گستره‌ای باید به دنبال سود باشد؟» کارول اصل سود را «سود مقبول» می‌داند. هرچند این اصل تبدیل به «بیشینه‌کردن سود» شد. بیشینه‌کردن سود ریشه در اقتصاد کلاسیک دارد. فریدمن تنها مسئولیت شرکت را بیشینه‌کردن سود در قالب قواعد بازی می‌داند، اما عده‌ای با این تفکر مخالف هستند. اما به هر طریق، مسئولیت اقتصادی در قالب ارائه سود مالی به ذی‌نفعان، مورد پذیرش همه گروه‌ها است (Carroll & Shabana, 2010: P 90).

نواک (۱۹۹۶) مسئولیت‌های اقتصادی سودآور را چنین تعریف می‌کند: «ارائه با کیفیت خوب محصول در یک قیمت عادلانه به مشتریان». در مورد اول، بنگاه‌ها موظف‌اند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورند و کالاها و خدمات موردنیاز آن را تأمین کنند و انواع گروه‌های مردم را از فرایند کار بهره‌مند کنند. نواک در ادامه به توصیف هفت مسئولیت اقتصادی می‌پردازد (jung, 2012: P 17):

- راضی کردن مشتریان با کالا و خدمات دارای ارزش واقعی؛
- کسب بازده منصفانه از وجوه سپرده‌شده به شرکت از طرف سرمایه‌گذاران؛
- ایجاد ثروت جدید، کمک به بلندکردن فقیر از فقر با افزایش دستمزد؛
- ایجاد فرصت‌های شغلی جدید؛
- نابودی حسادت از طریق ایجاد تحرک و القای حس بهبودی اوضاع اقتصادی؛
- ترویج نوآوری؛

• تنوع بخشیدن به علایق اقتصادی شهروندان برای جلوگیری از استبداد اکثریت.

۲-۳-۲. **مسئولیت قانونی:**^۱ مسئولیت‌های قانونی کسب‌وکار به الزامات مثبت و منفی اشاره دارد که با قوانین و مقررات به کسب‌وکارها تحمیل می‌شود. همه دیدگاه‌ها لزوم تبعیت از قوانین و مقررات را قبول دارند. وظایف قانونی شامل اطاعت از قانون و ایفای نقش است. اگرچه قوانین و مقررات برای اطمینان از اقدامات مسئولانه است، آنها فقط یک حداقل اخلاقی برای انجام کسب‌وکار ارائه می‌کنند؛ آنها به صورت واکنشی هستند (گفتن آنچه نباید انجام شود) نه به صورت فعال (گفتن آنچه باید انجام شود). عده‌ای معتقدند برخی از گسترش مسئولیت‌های قانونی جهت اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت حمایت می‌کنند، ولی برخی دیگر مخالف هستند و معتقدند انجام مسئولیت‌های اجتماعی باید به صورت داوطلبانه صورت پذیرد (Carroll & Shabana, 2010: P 91).

طبق این مسئولیت، شرکت‌ها مسئولیت دارند، به بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان خود توجه کنند. محیط زیست را نیالایند، دنبال انحصار نروند و مرتکب تبعیض نشوند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ص ۴۶).

مگنان و فرل (۲۰۰۱) برخی از مسئولیت‌های قانونی را چنین خلاصه کرده‌اند: گزارش دقیق از عملکرد کسب‌وکار، حصول اطمینان از رعایت تمامی استانداردهای قانونی در محصولات، اجتناب از تبعیض در استخدام و جبران خسارت و توجه به تمامی مقررات زیست‌محیطی (jung, 2012: P 18).

۲-۳-۳. **مسئولیت اخلاقی:**^۲ سومین مؤلفه مسئولیت بنگاه، اخلاق کسب‌وکار است. در این قلمرو اصولی چون صداقت، انصاف و احترام جا دارد (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ص ۴۶). وظایف اخلاقی بر محدودیت‌های مسئولیت حقوقی غالب است. آنها شامل اخلاقی بودن، انجام آنچه عادلانه و منصفانه است، احترام به حقوق مردم و اجتناب و جلوگیری از خسارت ناشی از دیگران است. مسئولیت‌های اخلاقی لزوماً محدود به

1. Legal Responsibility
2. Ethical Responsibility

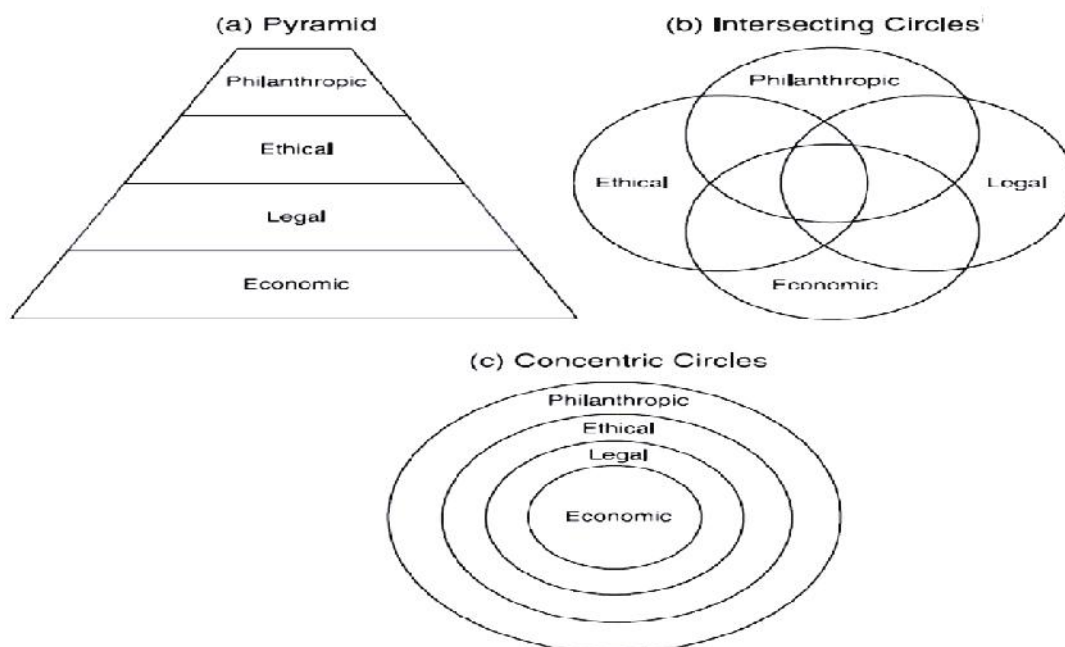
قانون مدون نیست، بلکه شامل آن دسته از سیاست‌ها یا شیوه‌هایی است که از طرف اعضای جامعه مورد انتظار (وظایف مثبت) یا ممنوع (وظایف منفی) است؛ این مسئولیت‌ها منبع قدرت خود را از مذهب، باورها، سنت‌های اخلاقی و تعهدات حقوق بشر گرفته‌اند. برخی از نمونه‌های مسئولیت‌های اخلاقی می‌گنان و فرل (۲۰۰۱) عبارت‌اند از: سازماندهی برنامه‌های آموزش اخلاق، ترکیب یکپارچگی در ارزیابی عملکرد کارکنان و ارائه اطلاعات کامل محصول به مشتریان (jung, 2012: P 18).

امروزه، تقریباً تمامی اعضای سیستم کسب‌وکار متفق هستند که از شرکت انتظار می‌رود، حداقل تعهدات خود در حوزه مسئولیت‌های قانونی و اخلاقی را انجام دهد.

۲-۳-۴. مسئولیت بشردوستانه: چهارمین مؤلفه، مسئولیت‌های بشردوستانه است. تعبیر دیگر کارول از این مؤلفه، «شهروند خوب» بودن است، یعنی مشارکت بنگاه در انواع فعالیت‌هایی که معضلات جامعه را فروکاهد و کیفیت زندگی را بهبود بخشد (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ص ۴۶). مسئولیت بشردوستانه کارول، که به عنوان مسئولیت اختیاری شناخته شده، بحث برانگیزترین موضوع مطرح‌شده مسئولیت اجتماعی شرکت است. بشردوستی یعنی دادن زمان و پول در اشکال خدمات داوطلبانه، ارتباط داوطلبانه و اهدای داوطلبانه. این موضوع نشان‌دهنده تمایل جامعه برای دیدن فعالیت کسب‌وکار در بهبود جامعه، فراتر از حداقل استانداردهای ایجادشده با مسئولیت‌های اقتصادی، حقوقی و اخلاقی است. در طول نیمه قرن گذشته، کسب‌وکار نه تنها با اجرای برنامه‌های اقتصادی و اخلاقی، بلکه با مشارکت‌های اجتماعی آن مورد قضاوت واقع می‌شود. مسئولیت بشردوستانه شامل فعالیت‌هایی همچون ارائه برنامه‌های کار خانواده، ارتباط با جوامع و ارائه کمک‌های مالی به سازمان‌های خیریه است (jung, 2012: P 19).

۲-۴. مدل‌های مسئولیت اجتماعی شرکت

با مشاهده تغییرات در انتظارات اجتماع از کسب و کارها، پژوهشگران می‌توانند ساختار مسئولیت اجتماعی شرکت موجود را اصلاح کنند. اما کارول اشاره کرد به نظر غیرمحمتمل است که جنبه‌های جدید، جدا و متفاوت از زمینه‌های تابه‌حال تأسیس شده به وجود آید. در اینجا به ساختار مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکت و ارتباط بین عوامل آن در سه طرح کلی متفاوت خواهیم پرداخت: هرمی، دایره‌های متداخل، دایره‌های هم‌مرکز. (geva, 2008: p 4) تحلیل بین سه مدل مفهومی نشان‌دهنده این است که اصطلاح یکسان، معانی و روش‌های متفاوتی درباره مسئولیت اجتماعی شرکت را ارائه می‌دهد. به‌ویژه تحلیل مقایسه‌ای نشان می‌دهد که طبیعت مسئولیت اجتماعی شرکت، مفروضات اساسی، ابزارهای روش‌شناختی و ارزیابی‌های عملکردی نتیجه این است که چطور ارتباط بین عوامل آن ادراک شود. تحلیل تفاوت‌های بین ساختارهای مفهومی در خلال سه مدل، می‌تواند به روشن‌سازی ابهام در تئوری‌های مسئولیت اجتماعی شرکت کمک کند (همان). اشکال این مدل‌ها در زیر نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل‌های ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان (geva, 2008: P 5)

جدول ۲. مقایسه مدل‌های مسئولیت اجتماعی سازمان (geva, 2008: P 7)

مدل دایره متحدالمرکز	مدل دایره‌های متداخل	مدل هرمی	
ادغام مسئولیت‌ها، همگی دارای هسته مشترک	مجموعه‌ای از مسئولیت‌های متداخل	سلسله‌مراتبی از مسئولیت‌های جداازهم	توصیف کلی
الزامات اجباری جهت بهبود جامعه	چهارچوب طبقه‌بندی بدون هدایت هنجاری	موانع هنجاری پاسخ‌گویی	طبیعت مدل
گسترده	جداازهم	باریک	حدود مسئولیت‌ها
ادغام‌شده	منفک	ارتباط‌دهنده	کلیت مسئولیت‌ها
سیستم گنجایشی، اقتصادی در مرکز	بدون هیچ تقدیمی	سلسله‌مراتبی، اقتصاد در ابتدا	ترتیب اهمیت
غیرخطی	مثبت، منفی، خنثی	مثبت	رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی

۵-۲. موافقان و مخالفان مسئولیت اجتماعی سازمان

درباره مسئولیت اجتماعی سازمان مانند هر موضوع دیگری، طیفی از مخالفان و موافقان وجود دارد که در جدول زیر به اختصار به دلایل هر یک اشاره شده است.

جدول ۳. دلایل موافقان و مخالفان مسئولیت اجتماعی سازمان (چاوش باشی، ۱۳۸۹: ص ۴۵)

دلایل موافقان	دلایل مخالفان
• برآورده کردن انتظارات عمومی • شهرت سازمانی • افزایش سودآوری بلندمدت • الزامات اخلاقی • جلوگیری از قوانین دولتی • علاج و پیشگیری از مشکلات • کشف استعدادها	• منافات آن با حداکثرسازی منافع • رقیق شدن اهداف • هزینه مشارکت اجتماعی • کاهش توانایی تولید • بی‌میل شدن سرمایه‌داران • تعارض در معیارهای عملکرد مدیران

۳. روش تحقیق

جهت تبیین ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان از منظر اسلام، کتاب الهی - قرآن - به عنوان منبع تحقیق حاضر قرار گرفته است. مراحل زیر به عنوان روش استنتاج ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان از قرآن در نظر گرفته شده است:

۳-۱. تبیین رویکرد مختار به مسئولیت اجتماعی

با توجه با آنچه در پیشینه تحقیق ذکر شد، مسئولیت اجتماعی شرکت در راستای تأمین سود شرکت به همراه تأمین نیازهای جامعه است؛ به عبارت دیگر، حداکثرسازی سود اجتماع و سازمان به صورت توأمان. با انجام مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، نیازهای جامعه نیز تأمین می‌شود؛ بنابراین، در حوزه آیات مربوط به فعالیت‌های اقتصادی، باید به دنبال آیاتی باشیم که بیانگر وظایف فعالان این حوزه درباره اجتماع و محیط است.

۳-۲. انتخاب کلیدواژه

با استفاده از نظرات برخی قرآن‌پژوهان و آشنایان موضوع مسئولیت اجتماعی سازمان، به این نتیجه رسیدیم که چهار کلیدواژه بیع، شری، تجر، مول (مال) می‌توانند راهگشای ما در این موضوع باشد. با جست‌وجوی ریشه‌های این چهار کلیدواژه در مجموع ۱۲۲ آیه به دست آمد. از این تعداد ۱۱ آیه با ریشه بیع، ۹ آیه با ریشه تجر، ۲۳ آیه با ریشه شری و ۷۹ آیه با ریشه مول (مال) به دست آمد. شایان ذکر است از میان این ۱۲۲ آیه، ۷ آیه تکراری بود؛ بنابراین، در مجموع ۱۱۵ آیه به دست آمد.

۳-۳. گزینش آیات

برخی از آیات به دست آمده، ناظر به مسئولیت اجتماعی سازمان نیست؛ بنابراین، باید از آیات به دست آمده حذف شوند. هر یک از آیات به دست آمده که دارای سه شرط زیر نباشند، از تحقیق کنار گذاشته می‌شوند. این سه شرط عبارت‌اند از:

- آیات موردنظر باید ناظر به روابط اقتصادی بین افراد باشند؛ بنابراین، آیاتی که به روابط غیراقتصادی همچون معامله خدا با بندگان و... اشاره دارد، در این تحقیق بررسی نمی‌شوند.

- آیات موردنظر باید ناظر به وظایف دنیوی تعاملات اقتصادی باشد؛ بنابراین، آیاتی که به نتایج اخروی کارهای ما اشاره دارند، در این تحقیق درنظر گرفته نمی‌شوند.
- آیات موردنظر باید ناظر به مسئولیت افراد و گروه‌ها نسبت به محیط اجتماعی‌زیستی باشند؛ بنابراین، آیاتی که دلالتی به مسئولیت ندارند، همچون ذکر داستان یا نقل‌قول‌ها در این تحقیق بررسی نمی‌شوند.

بنابراین، ما به دنبال مسئولیت‌های افراد و گروه‌های فعال در حوزه اقتصادی و کسب‌وکار نسبت به محیط اجتماعی‌زیستی در زندگی دنیوی هستیم. با توجه به این ویژگی‌ها از میان ۱۱۵ آیه منتخب، ۶۱ آیه متناسب شناخته شده و انتخاب شدند.

۳-۴. رجوع به تفسیر

پس از انتخاب آیات، جهت برداشت نکات به تفسیر رجوع شد. در این مقاله، تفسیر شریف‌المیزان نوشته مرحوم علامه طباطبائی محور کار قرار داده شده است. همچنین، از دیگر تفاسیر همچون تفسیر تسنیم نوشته آیت‌الله جوادی آملی و تفسیر نمونه نوشته آیت‌الله مکارم شیرازی نیز بهره گرفته شده است.

۳-۵. تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون

روش مورد استفاده در تحلیل داده‌ها در این تحقیق «تحلیل مضمون» است. تحلیل مضمون روشی ساده و درعین حال کارآمد و منعطف برای تحلیل داده‌های کیفی است. این روش از جزئیات به کلیات رفته و جنبه‌های مختلف موضوع را بررسی می‌کند. در این تحقیق پس از رجوع به تفاسیر از روش تحلیل مضمون جهت تحلیل داده‌ها (تفسیر آیات منتخب) استفاده شده است. روش کار به این صورت بود که به هر یک از آیات، کدهایی برگرفته از تفسیر آن آیه داده شد. سپس مفاهیم مشترک با توجه به کدهای به‌دست آمده طبقه‌بندی و مقولات و ابعاد اصلی مسئولیت اجتماعی سازمان به‌دست آمد. در انتها نیز مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی سازمان ارائه شد.

بنابراین، در تحقیق حاضر پس از به‌دست آوردن آیات دارای ریشه‌های چهار کلیدواژه بیع، شری، تجر، مول (مال)، به انتخاب آیات ناظر به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و

گروه‌های فعال در حوزه اقتصادی نسبت به اجتماع پرداختیم. در ادامه با رجوع به تفاسیر آیات منتخب به کدگذاری نکات برگرفته از تفاسیر و دسته‌بندی کدها با توجه به روش تحلیل مضمون، مدل مفهومی مسئولیت اجتماعی سازمان را ارائه کردیم.

۴. نتایج تحقیق

با تحلیل آیات منتخب با روش مذکور، شش دسته مسئولیت برای سازمان درقبال اجتماع به دست آمد: مسئولیت‌های دینی، حکومتی (قانونی)، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی و زیست‌محیطی که در ادامه به شرح مختصر هر یک خواهیم پرداخت:

۴-۱. مسئولیت‌های دینی

منظور از مسئولیت‌های دینی، مسئولیت‌هایی است که دین برای کسب و کار درقبال اجتماع تعیین کرده و افراد باید در هنگام فعالیت اقتصادی در اجتماع آنها را رعایت کنند. دین الهی سبب هدایت انسان به چگونگی کسب و صرف اموال است. چنانچه قوم مدین در پاسخ به اعتراض حضرت شعیب (ع) مبنی بر کم‌فروشی ایشان گفتند:

«قَالُوا يَا شُعَيْبُ أَصْلَاطُكَ تَأْمُرُكَ أَنْ نَتْرَكَ مَا يَعْبُدُ آبَاؤُنَا أَوْ أَنْ نَفْعَلَ فِي أَمْوَالِنَا مَا نَشَاءُ إِنَّكَ لَأَنْتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ» (هود: ۸۷)

«گفتند: ای شعیب آیا نمازت به تو دستور می‌دهد که ما آنچه را پدرانمان می‌پرستیدند ترک گوییم و آنچه را می‌خواهیم، در اموالمان انجام ندهیم؟ که همانا تو مرد بردبار و رشیدی هستی».

مبنای این اصل را آیه زیر به صراحت بیان می‌کند:

«قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ» (توبه: ۲۴)

«بگو اگر پدران و فرزندان و برادران و همسران و قوم و خویش شما و اموالی که به دست آورده‌اید و تجارتی که از کساد آن می‌هراسید و مسکن‌هایی که بدان علاقه‌مندید در نظر شما

محبوب‌تر است از خدا و رسول او و جهاد در راه او، پس منتظر باشید تا خدا فرمان خود را بیاورد، و خدا مردم تبه‌کار را هدایت نمی‌کند».

حب واقعی به چیزی مستلزم دوست‌داشتن همه متعلقات آن است و باعث تسلیم شدن انسان در برابر هر چیز از جانب محبوب می‌شود (طباطبایی، ۱۳۷۴: ج ۳، ص ۲۴۹). انسان محب خداوند، باید در برابر دین خداوند که همان دین توحید و طریقه اسلام است، تسلیم و مطیع شود؛ زیرا از جانب خداوند و از آثار وی است؛ بنابراین، دوستی خدا با اطاعت از دین وی معنا پیدا می‌کند و بدین سبب، انسان به کمال خود نائل می‌شود و طبق این آیه، لزوم تقدم محبت دین الهی - که رسول اکرم و ائمه اطهار راهنما به سمت آن هستند - را بر دیگر محبت‌ها یادآور می‌شود. این تقدم در محبت سبب اطاعت از فرامین الهی خواهد شد. جهت ایجاد تقدم محبت به دین بر دیگر محبت‌ها با توجه به آیات به دست آمده باید سه تقدم را دنبال کرد:

• تقدم کتاب الهی (در حوزه قول)

«إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ» (فاطر: ۲۹)

«کسانی که کتاب خدا را می‌خوانند و نماز به پا می‌دارند و از آنچه روزی‌شان داده‌ایم نهان و عیان انفاق می‌کنند به تجارتی که نابودی ندارد امیدوارند».

منظور از تقدم کتاب الهی، مقدم‌داشتن هدایت‌های (اوامر و نواهی) خداوند در فعالیت‌های اقتصادی بر هر نظر و اندیشه است. برخی پیام‌های آیات به دست آمده در این حوزه بدین شرح است: استفاده از منبع وحی برای هدایت، عدم معاوضه آیات الهی با چیزی، عدم تحریف حقایق کتاب الهی به سود خود، پرهیز از کفر به آیات الهی مخالف با اغراض شخصی، عدم کتمان حقایق کتاب الهی و ضرورت حکم براساس کتاب الهی و توجه و اتصال به آیات الهی.

از هدایت‌های الهی موجود در کتاب الهی می‌توان به احکام و اخلاق مربوط به حوزه کسب و کار اشاره کرد. این احکام فقهی-اخلاقی بیانگر وظایف سازمان در قبال اجتماع

خود است؛ بنابراین، یکی از وظایف سازمان مقدم داشتن دستورات کتاب الهی در حوزه تعامل سازمان با اجتماع است. به همین منظور سازمان باید اهداف و وظایف کلان خود را از اهداف و دستورات کتاب الهی استخراج کرده و در راستای آن اهداف برنامه‌ریزی کند.

• تقدم ذكر الهی (در حوزه باطن)

«رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ» (نور: ۳۷)

«مردانی هستند که تجارت و معامله، از یاد خدا و نماز خواندن و زکات دادن غافلشان نمی‌کند و از روزی که در اثنای آن روز دل‌ها و دیدگان زیر و رو شود بیم دارند».

پیام‌های آیات به‌دست‌آمده در این حوزه عبارت‌اند از: یاد مستمر خدا در تجارت، نفی تجارت غفلت‌زا، عدم مشغولیت به اموال دنیوی. آیات به‌دست‌آمده بیانگر تقدم رتبی ذکر خداوند بر کسب‌وکار و حضور دائم و عمیق خداوند در هنگام فعالیت اقتصادی است. مصداق بارز ذکر خداوند، توجه به دین الهی در کسب‌وکار است. سازمان وظیفه دارد با توجه به دین خداوند، زمینه اجرای دستورات الهی را فراهم کند. یکی از اقدامات مؤثر جهت متوجه کردن به دین، امر به معروف و نهی از منکر در داخل و خارج سازمان است. ترویج امر به معروف و نهی از منکر علاوه بر یادآوری دین و اوامر و نواهی الهی، سبب اجرای آنها نیز می‌شود. سازمان وظیفه دارد فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر را در داخل و خارج سازمان نهادینه کند.

• تقدم اطاعت الهی (در حوزه عمل)

«وَلَا تَشْتَرُوا بِعَهْدِ اللَّهِ ثَمَنًا قَلِيلًا إِنَّمَا عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (النحل: ۹۵)

«پیمان خدا را به بهای اندک نفروشید، حق این است که آنچه نزد خدا است بهتر است، اگر بدانید».

برخی از پیام‌های آیات به‌دست‌آمده در این حوزه عبارت‌اند از: وفای به پیمان‌های تشریعی و تکوینی الهی، پرهیز از معاوضه عهد الهی با چیزی، پرهیز از ترجیح عهد الهی بر چیزی. منظور از عهد الهی با انسان‌ها، عبادت و بندگی خدا و ترک اطاعت

شیطان است (طباطبایی، ۱۳۷۴: ج ۱۷، ص ۱۵۲). یکی از شئون عبودیت و بردگی برای مولی، اطاعت از وی است که عبارت از گردن نهادن در برابر اوامر و نواهی مولی است؛ به عبارت دیگر، اطاعت کردن یک مطیع از مطاع خود، عبادت آن مطاع است (طباطبایی، ۱۳۷۴: ج ۱۹، ص ۵۱۵) و منظور از تقدم عهد الهی به معنای تقدم اطاعت الهی در مقام عمل بر اطاعت دیگران است.

سازمان باید با اجرای اهداف و وظایف تدوین شده در اسناد کلان و بالادستی برخاسته از دین، مسئولیت دینی خود را در حوزه عمل اجرا کند. البته میزان اجرایی شدن اهداف نیازمند سیستم کنترلی است.

سازمان پس از آنکه فرامین الهی را در اهداف و وظایف خود وارد کرد و با ترویج امر به معروف یاد آن را زنده نگه داشته و سبب اجرای آنها شد، نیازمند سیستم کنترلی و نظارتی برای میزان تطبیق آنچه انجام شده با آنچه باید انجام شود، است؛ به عبارت دیگر، سیستم نظارتی وظیفه مقایسه وضعیت مطلوب و موجود، شناخت نقایص و ارائه راهکار را دارد.

۲-۴. مسئولیت‌های حکومتی (قانونی)

منظور از مسئولیت‌های حکومتی، مسئولیت‌هایی است که سازمان نسبت به حکومت اسلامی دارد. سازمان با انجام این مسئولیت‌ها به تحکیم حکومت کمک خواهد کرد. با توجه به آیات به دست آمده، سه مسئولیت بر عهده سازمان در قبال حکومت اسلامی است:

الف- اطاعت از اوامر حاکم اسلامی

«إِنَّ الَّذِينَ يُبَايِعُونَكَ إِنَّمَا يُبَايِعُونَ اللَّهَ يَدُ اللَّهِ فَوْقَ أَيْدِيهِمْ فَمَنْ نَكَثَ فَإِنَّمَا يَنْكُثُ عَلَى نَفْسِهِ وَمَنْ أَوْفَى بِمَا عَاهَدَ عَلَيْهِ اللَّهُ فَسَيُؤْتِيَهُ أَجْرًا عَظِيمًا» (فتح: ۱۰)

«به درستی آنهایی که با تو بیعت می‌کنند جز این نیست که با خدا بیعت می‌کنند، چون دست خدا بالای دستشان است؛ بنابراین، هرکس بیعت خود را بشکند علیه خودش شکسته و هرکس وفا کند به عهدی که با خدا بر سر آن پیمان بسته، خدای تعالی خیلی زود پاداش عظیمی به او می‌دهد».

اطاعت از فرامین حاکم اسلامی به عنوان ولی جامعه اسلامی، یکی از وظایف نهادها و سازمان‌های اجتماعی است. فرامین حاکم اسلامی در قالب اهداف و وظایف، مسیر حرکت کلی جامعه اسلامی را نشان می‌دهد. سازمان جهت تحقق اهداف جامعه وظیفه دارد، اهداف خود را با اهداف حکومت اسلامی هماهنگ کند. سازمان برای تحقق فرامین حاکم اسلامی باید اهداف سازمانی خود را با اهداف حکومت اسلامی هماهنگ کند. این هماهنگ‌سازی در تدوین اسناد کلان سازمان ظهور پیدا می‌کند.

ب- اطاعت از سنن اجتماعی (قوانین)

«يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِذَا جَاءَكَ الْمُؤْمِنَاتُ يُبَايِعْنَكَ عَلَى أَنْ لَا يُشْرِكْنَ بِاللَّهِ شَيْئًا وَلَا يَسْرِقْنَ وَلَا يَزْنِينَ وَلَا يَقْتُلْنَ أَوْلَادَهُنَّ وَلَا يَأْتِينَ بِهْتَانٍ يَفْتَرِيْنَهُ بَيْنَ أَيْدِيْهِنَّ وَأَرْجُلِهِنَّ وَلَا يَعْصِيَنَّكَ فِي مَعْرُوفٍ فَبَايِعُهُنَّ وَاسْتَغْفِرْ لَهُنَّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ» (ممتحن: ۱۲)

«ای پیغمبر! چون زنان مؤمن آیند که با تو بر ایمان بیعت کنند که دیگر هرگز شرک به خدا نیاورند و سرقت و زنا نکنند و اولاد خود را به قتل نرسانند، و بر کسی افترا و بهتان میان دست و پای خود نبندند (یعنی فرزندی که میان دست و پای خود پرورده و علم به آن از انعقاد نطفه دارند به دروغ به کسی نبندند) و با تو در هیچ امر به معروفی (که به آنها کنی) مخالفت نکنند؛ بدین شرایط با آنها بیعت کن و بر آنان از خدا آمرزش و غفران طلب کن که خدا بسیار آمرزنده و مهربان است.»

سازمان وظیفه دارد از قوانین جامعه اسلامی که به دست حکومت اسلامی تدوین می‌شود، اطاعت کند. در راستای این هدف، سازمان باید دو اقدام انجام دهد: اول، در تعاملات با خارج سازمان به قوانین جامعه ملتزم باشد؛ دوم، قوانین داخلی خود را متناسب با قوانین جامعه تدوین کند.

ج- شفافیت در عملکرد مالی

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْأَخْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُوهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (توبه: ۳۴).

«ای کسانی که ایمان آورده‌اید (متوجه باشید که) بسیاری از احبار و رهبان اموال مردم را به باطل می‌خورند و از راه خدا جلوگیری می‌کنند و کسانی که طلا و نقره گنجینه می‌کنند و آن را در راه خدا انفاق نمی‌کنند، به عذاب دردناکی بشارتشان ده».

سازمان باید عملکرد خود را، به‌ویژه در حوزه مالی، به‌صورت شفاف به حکومت نشان دهد. مهم‌ترین اقدام در این بخش صداقت در گزارش‌دهی به نهادهای بازرسی حکومت است.

۳-۴. مسئولیت‌های فرهنگی

یکی از شاخصه‌های فرهنگی مدینه فاضله دینی رشد علمی و عملی آن است (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ص ۴۶). سازمان جهت رشد علمی جامعه در قالب تعلیم کتاب و حکمت و رشد عملی آن در قالب تزکیه، مسئولیت‌های فرهنگی بر عهده دارد. رشد معارف دینی و جهاد با مال سبب تعلیم علمی و عملی کتاب الهی و کاهش علایق مادی و غفلت‌زدایی دینی سبب تزکیه عملی اجتماع می‌شود.

• جهاد مالی

«لَكِنَّ الرُّسُولَ وَالَّذِينَ آمَنُوا مَعَهُ جَاهِدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ وَأُولَئِكَ لَهُمُ الْخَيْرَاتُ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (توبه: ۸۸)

«ولی پیغمبر و کسانی که با او ایمان آوردند با مال‌ها و جان‌های خود جهاد کردند و خیرات همه خاص ایشان است و ایشان، آری، هم ایشان‌اند رستگاران».

منظور از مجاهده به‌کارگیری تمامی توان خویش در پیشبرد دین خدا است؛ بنابراین، هرگونه فعالیت اقتصادی که موجب تقویت دین و نشر معارف دینی شود، با عنوان جهاد با مال قرار می‌گیرد. چنانچه برخی در ذیل آیه ۷۲ انفال جهاد با مال مهاجرین را صرف‌نظرکردن از اموال خود در مکه یا صرف‌کردن از اموال خویش در غزوه بدر و مانند آن دانسته‌اند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۷، ص ۲۵۷). در این مورد صرف اموال برای تحکیم نظام اسلامی صورت پذیرفته است؛ ازطرف دیگر، مجاهده با مال انجام تکالیف مالی در دین نیز است. چنانچه علامه طباطبایی نیز ذیل آیه ۱۵ سوره حجرات چنین

می‌گوید. مجاهده با مال در دو حوزه صرف مال برای تحکیم و رفع نیازهای حکومت اسلامی و انجام تکالیف مالی موردنظر شارع است. تحکیم حکومت اسلامی سبب تحکیم مدیریت کلان دینی جامعه می‌شود و انجام تکالیف شرعی سبب دعوت به دین به صورت عملی می‌شود؛ بنابراین، کمک مالی در این دو حوزه سبب پیشبرد دین در اجتماع می‌شود. سازمان در راستای انجام جهاد مالی دو اقدام زیر را می‌تواند انجام دهد:

- ✓ کمک‌های مالی به نظام اسلامی در قالب مالیات و...؛
- ✓ انجام تکالیف شرعی مالی همچون انفاق واجب.

• رشد معارف دینی

«وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَاشْتَرَوْا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَبُيِّنَ مَا يَشْتَرُونَ» (آل عمران: ۱۸۷)

«و چون خدا پیمان گرفت از آنان که کتاب به آنها داده شد که حقایق کتاب آسمانی را برای مردم بیان کنید و کتمان نکنید، پس آنها عهد خدا را پشت سر انداخته و آیات الهی را به بهایی اندک فروختند و چه بد معامله کردند».

سازمان‌ها متناسب با آگاهی از معارف و با توجه به حوزه کاری خود، وظیفه ترویج و تبیین معارف الهی با فعالیت‌های تبلیغی و عملی درباره محیط داخلی و محیط خارجی سازمان را دارند. تبلیغ معارف دینی به صورت فعالیت‌های مستقیم و غیرمستقیم قابل انجام است. سازمان با استفاده شایسته از مبلغان دینی به صورت مستقیم و با ارائه کالا و خدمات مبلغ فرهنگ دین به صورت غیرمستقیم به رشد معارف دینی می‌پردازد.

• غفلت‌زدایی دینی

«وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُهِينٌ» (لقمان: ۶)

«بعضی از مردم گفتار بازیچه را می‌خرند، تا بدون علم مردم را از راه خدا گمراه کنند و راه خدا را مسخره گیرند، آنان عذاب خفت‌آور دارند».

سازمان وظیفه دارد، موجبات غفلت افراد از دین را فراهم نکند؛ از این رو، از یک سو،

سازمان باید با طراحی برنامه‌های تعظیم دین و ازسوی‌دیگر، اجتناب از فعالیت اقتصادی مسبب غفلت از دین؛ از غفلت اجتماعی به دین جلوگیری کند.

• کاهش علایق مادی

«خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ» (توبه: ۱۰۳)

«از اموالشان زکات بگیر، تا بدین وسیله پاکشان کنی و (اموالشان را) نمو دهی، و درباره آنان دعای خیر کن که دعای تو مایه آرامش آنان است و خدا شنوا و دانا است».

سازمان وظیفه دارد زمینه کاهش تعلقات مادی افراد و افزایش نوع‌دوستی افراد جامعه خود را فراهم کند تا در پرتو آن افراد رشد معنوی کنند. به همین منظور، سازمان می‌تواند با احیای سنت قرض‌الحسنه و کمک‌های خیرانه به کاهش علایق مادی جامعه کمک کند.

۴-۴. مسئولیت‌های اقتصادی

سه ویژگی اقتصادی جامعه مطلوب اسلامی، به رسمیت‌شناختن مالکیت اموال مردم، گردش اموال به دست همه مردم و ازبین‌رفتن اختلاف طبقاتی است (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ص ۴۹). سازمان وظیفه دارد به تحقق این اهداف جامعه کمک کند. پرهیز از اکل مال به باطل و رضایت طرفین معامله سبب رسمیت‌بخشیدن مالکیت اموال مردم، انفاق سازمانی موجب کاهش فاصله طبقاتی، گردش سرمایه، پرهیز از مصرف سفیهانه و مصرف با توجه به نیازهای جامعه، موجب گردش متعادل ثروت می‌شود. با توجه به آیات به‌دست‌آمده شش مسئولیت اجتماعی سازمان در بعد اقتصادی عبارت‌اند از:

• پرهیز از اکل مال به باطل

«وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (بقره: ۱۸۸)

«و اموال خود را در بین خود به باطل مخورید و برای خوردن مال مردم قسمتی از آن را به طرف حکام به رشوه و گناه سرازیر نمایید با اینکه می‌دانید که این عمل حرام است».

از مصادیق باطل‌خوری می‌توان به غصب اموال مردم، رباخواری، کم‌فروشی، رشوه و...

اشاره کرد. منظور از پرهیز اکل مال به باطل، پرهیز از هرگونه معامله بدون هدف صحیح و مبنای عقلایی است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۲، ص ۵). سازمان باید از هرگونه فعالیت غیرعقلایی پرهیز کند. سرمایه‌گذاری در حوزه‌ای که از طرفی، برای اجتماع فایده‌ای نداشته و از طرف دیگر، سودآور نباشد، عقلایی نیست؛ بنابراین، سازمان باید به منافع حاصل از سرمایه‌گذاری و انتظارات ذی‌نفعان خود توجه داشته و به دنبال تأمین منافع آنها باشد.

• انفاق سازمانی

«الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ» (بقره: ۲۷۴)

«کسانی که اموال خویش را شب و روز نهان و آشکار انفاق می‌کنند پاداششان نزد پروردگارشان است، نه ترسی دارند و نه غمگین می‌شوند».

انفاق واجب و مستحب سبب رشد مادی و معنوی کل جامعه می‌شود. هدف از انفاق کمک به طبقات پایین جهت تأمین حوایج زندگی، کم کردن فاصله طبقاتی موجود در اجتماع و جلوگیری از اتلاف ثروت از طرف ثروتمندان است (طباطبایی، ۱۳۷۴: ج ۲، ص ۵۸). پیام بسیاری از آیات ناظر به تشویق به انفاق، استمرار در انفاق و انجام آن برای رضایت خداوند به دور از هرگونه منت و اذیت است؛ بنابراین، یکی از وظایف سازمان در برابر اجتماع انفاق است.

یکی از اقدامات سازمان برای انجام این مسئولیت، ایثار اقتصادی است. منظور از ایثار اقتصادی انجام هر نوع کمک مالی به گروه‌های هدف فراتر از عدالت اقتصادی است. اقدام‌هایی همچون شناسایی و کمک مالی نیازمندان به کمک مالی، فراهم کردن رفاه بیشتر کارکنان، دریافت سود حداقلی از مؤمنین، دادن امکانات مالی فراتر از تعهدات مثال‌هایی برای ایثار اقتصادی است.

• گردش مالی سرمایه

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْأَخْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَنْ

سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (توبه:

(۳۴)

«ای کسانی که ایمان آورده‌اید (متوجه باشید که) بسیاری از احبار و رهبان اموال مردم را به باطل می‌خورند و از راه خدا جلوگیری می‌کنند و کسانی که طلا و نقره گنجینه می‌کنند و آن را در راه خدا انفاق نمی‌کنند به عذاب دردناکی بشارتشان ده».

سازمان وظیفه دارد با گردش مالی سرمایه خود از کاهش ارزش ثروت جلوگیری کرده و به گردش صحیح ثروت در میان تمامی اعضای جامعه کمک کند. یکی از اقدامات اساسی در جهت گردش مالی سرمایه، افزایش سرمایه‌گذاری و تولید در بخش‌های مورد نیاز جامعه است.

• رضایت طرفین معامله

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا» (نساء: ۲۹)

«هان! ای کسانی که ایمان آوردید، اموال خود را در بین خود به باطل مخورید، مگر آنکه تجارتی باشد ناشی از رضایت‌دهنده و گیرنده و یکدیگر را به قتل نرسانید، که خدای شما مهربان است».

تمامی مبادلات مالی و انواع تجارت‌ها که در میان مردم رایج است، چنانچه از روی رضایت طرفین صورت گیرد و جنبه معقول و منطقی داشته باشد از نظر اسلام مجاز است (مگر در مواردی که به‌خاطر مصالح معینی، نهی صریح از آن شده است) (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۳، ص ۳۵۷).

توجه به جلب رضایت طرفین در معاملات اقتصادی سبب می‌شود که اولاً، مالکیت افراد به رسمیت شناخته شود؛ ثانیاً؛ انگیزه طرفین برای معاملات آتی افزایش یابد؛ ثالثاً، وحدت اجتماع حفظ شود که این امر باعث تأمین سود بلندمدت برای سازمان می‌شود. یکی از وظایف مالی سازمان جلب رضایت طرف معامله است. مشتری‌مداری در تمامی فرایند تولید تا مصرف اقدام عملی برای تحقق این هدف است.

• پرهیز از مصرف سفيهانه

«وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا» (نساء: ۵)

«اموالی که خدا قوام زندگانی شما را به آن مقرر داشته به تصرف سفيهان مدهید و از مالشان (به قدر لزوم) نفقه و لباس به آنها دهید (و برای آنکه از آنها آزار نبینید) با گفتار خوش آنان را خرسند کنید».

یکی از وظایف سازمان پرهیز از مصرف غیرعالمانه - موجب تضییع منابع - است که به آن مصرف سفيهانه گفته می‌شود. سازمان برای نیل به این هدف باید اولاً، اداره علمی سازمان را در پیش گیرد و ثانیاً، از بخل و اسراف در مصرف منابع پرهیزد.

• مصرف اموال با توجه به نیازهای جامعه

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (توبه: ۳۴)

«ای کسانی که ایمان آورده‌اید (متوجه باشید که) بسیاری از احبار و رهبان اموال مردم را به باطل می‌خورند و از راه خدا جلوگیری می‌کنند و کسانی که طلا و نقره گنجینه می‌کنند و آن را در راه خدا انفاق نمی‌کنند به عذاب دردناکی بشارتشان ده».

سازمان وظیفه دارد به نیازهای جامعه پاسخ دهد. جهت انجام این کار، سازمان باید با همکاری با نهادهای حکومتی با نیازهای جامعه آشنا و با هزینه در مصارف بشردوستانه به نیازهای فوری جامعه پاسخ دهد.

۴-۵. مسئولیت‌های حقوقی

از اهداف حقوقی جامعه مطلوب دینی نفی هرگونه سلطه‌گری و سلطه‌پذیری، رعایت عهود اجتماعی و رعایت امانات و پرهیز از خیانت در اموال و حقوق مردم است (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ص ۵۷). سازمان وظیفه دارد در تحقق این اهداف به جامعه کمک کند. اهم وظایف سازمان با توجه به آیات به دست آمده به شرح زیر است:

• رعایت عدالت سازمانی

«فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُؤُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ» (بقره: ۲۷۹)

«حال اگر نکنید باید بدانید که درحقیقت، اعلان جنگ با خدا و رسول کرده‌اید و اگر توبه کنید اصل سرمایه‌تان حلال است، نه ظلم کرده‌اید و نه به شما ظلمی شده است».

لا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ اشاره دارد به اصل طرد ظلم از ظالم و مظلوم که همان استقرار عدل است و خاص حوزه اقتصادی و مربوط به اقشار خاص نیست. اما با توجه به اینکه آیه مذکور درباره ربا و مسائل اقتصادی است، باید توجه کرد که در مسائل مالی که خواه به عین، خواه به منفعت، خواه به حق تعلق گیرد نباید ظلم جاری شود (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ج ۱۲، ص ۵۷۵). ربا مصداقی از ظلم مالی است، که به سبب ظلم بودن نابود خواهد شد، زیرا هر ظلمی نابود خواهد شد (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ج ۱۲، ص ۵۷۲). هرگونه ظلم در تعاملات اخلاقی، اقتصادی بین سازمان با جامعه خود مطابق این اصل ممنوع است. سازمان با محوریت قرارداد عدالت در تعاملات داخلی و خارجی خود در تمامی شئون اقتصادی، اخلاقی و... به حفظ حریم عدالت در جامعه کمک می‌کند. رعایت عدالت درون‌سازمانی در برخورد با کارکنان و رعایت عدالت بین‌سازمانی در تعامل با دیگر سازمان‌ها اقداماتی در جهت تحقق عدالت سازمانی است.

• امانت‌داری منابع

«وَ أَخْذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا» (نساء: ۱۶۱)

«و ربا می‌گرفتند با اینکه از آن نهی شده بودند و اموال مردم را به ناحق می‌خوردند و ما برای کفر پیشگان از آنان عذابی دردناک آماده کرده‌ایم».

سه اصل رد امانت، عدم معاوضه مال حلال با حرام یا مال مرغوب با نامرغوب بدون تجارت، پرهیز از غصب و مصرف مال دیگران سه اصل کلی است که در حفظ امانات و به‌طور کلی در حقوق تجارت مطرح است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۳، ص ۲۵). سازمان به امکانات و منابع خود امانت‌دار است. سازمان جهت تحقق این هدف باید به حفاظت

از تضييع منابع مادی و انسانی سازمان پردازد.

• التزام به عهود اجتماعی

«وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّى يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا» (إسراء: ۳۴)

«به مال یتیم هم نزدیک مشوید مگر به نحوی که تصرف در آن بهتر باشد برای یتیم از تصرف نکردن (و همچنان مال او را نگه دارید) تا به حد رشد برسد، و (نیز) به عهد خود وفا کنید، که از عهدها نیز بازخواست خواهید شد».

هرگونه مسئولیت و تعهدی که سازمان در قبال جامعه به عهده گرفته، باید انجام دهد و درباره تعهدات خود از آن سؤال خواهد شد. تلاش به تدوین و تحقق اهداف متناسب با نیازهای جامعه از اقدامات اساسی برای انجام این مسئولیت است.

۴-۶. مسئولیت‌های زیست‌محیطی

از ابعاد مدینه فاضله دینی، رشد صنعتی و پیشرفت تکنولوژی آن است. سازمان درباره رشد این بعد جامعه وظیفه دارد. آیه ۱۲ سوره نوح به نعمت زیست‌محیطی و وظیفه مجموعه‌های انسانی به آن اشاره دارد. البته این آیه در ادامه ۲ آیه قبل از خود کامل می‌شود:

«فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا. يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا. وَيُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَبَنِينَ وَ يُجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَ يُجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَارًا»

با تحلیل این آیه، دو وظیفه اصلی سازمان درباره رشد صنعتی جامعه به شرح زیر است:

- بهره‌برداری عالمانه از منابع محیط زیست برای اهداف سودمند جامعه انسانی:
- حفاظت از منابع طبیعی و عدم تخریب محیط زیست: برای این منظور باید دو اقدام اصلی انجام داد: اولاً، با ترویج اخلاق و آداب بهره‌گیری از محیط زیست به پیشگیری از تخریب محیط زیست پرداخت؛ ثانیاً، با استقرار سیستم کنترل بهداشتی به نظارت و اصلاح چرخه تولید تا مصرف کالا پرداخت.

نظیر غربی آن مشترک به نظر می‌رسند، باید گفت پشتوانه دینی این مسئولیت‌ها در تعریف حدود و اجرای هر یک از آنها تفاوت ایجاد خواهد کرد. به‌طور مثال تعریف عدالت در اسلام و در فرهنگ غرب در تعریف و اجرای عدالت سازمانی تفاوت ایجاد می‌کند. مسئولیت اجتماعی به‌دست‌آمده در این تحقیق در قالب شش بعد زیر دسته‌بندی می‌شوند:

۱. مسئولیت‌های دینی: تقدم کتاب الهی، تقدم ذکر الهی، تقدم اطاعت الهی؛
۲. مسئولیت‌های حکومتی: اطاعت از فرمان حاکم اسلامی، اطاعت از قوانین حکومت اسلامی و شفافیت در عملکرد مالی؛
۳. مسئولیت‌های فرهنگی: رشد معارف دینی، غفلت‌زدایی دینی، جهاد مالی و کاهش علایق مادی؛
۴. مسئولیت‌های اقتصادی: انفاق سازمانی، پرهیز از اکل مال به باطل، رضایت طرفین مالی، گردش مالی سرمایه، پرهیز از مصرف سفیهانه و مصرف مال با توجه به نیازهای جامعه؛
۵. مسئولیت‌های حقوقی: رعایت عدالت سازمانی، التزام به تعهدات، امانت‌داری منابع؛
۶. مسئولیت‌های زیست‌محیطی: بهره‌گیری عالمانه از منابع، حفاظت از محیط زیست.

کتابنامه

۱. قرآن کریم (با ترجمه المیزان).
۲. جوادی آملی، عبدالله. ۱۳۸۸. اسلام و محیط زیست. تنظیم و تحقیق عباس رحیمیان. چاپ پنجم. قم. اسراء.
۳. _____ زمستان ۱۳۸۸ ش. تسنیم. حسین الهی زاده. ج ۱۲. چاپ دوم.
۴. _____ زمستان ۱۳۸۸ ش. تسنیم. واعظی محمد. ج ۹. چاپ سوم.
۵. _____ تابستان ۱۳۸۹ ش. تسنیم. رزقی و اشرفی. ج ۱۸. چاپ دوم.
۶. _____ بهار ۱۳۸۹ ش. تسنیم. عابدینی. عبدالکریم. ج ۱۴. چاپ دوم.
۷. _____ بهار ۱۳۸۹. ولایت فقیه. محقق محمد محرابی. چاپ نهم.
۸. چاوش باشی، فرزانه. ۱۳۸۹. «درآمدی بر مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان». پژوهش نامه. شماره ۶۰. ص ۵۴-۳۵.
۹. رابینز، استیفن. ۱۳۷۹. تئوری سازمان. ترجمه مهدی الوانی و حسن دانایی فرد. تهران. صفار.
۱۰. رویایی، رمضانعلی و حسین مهردوست. پاییز ۸۸. «بررسی نقش مدیران در ارتقای مسئولیت اجتماعی». پژوهش نامه علوم اجتماعی. سال سوم. شماره سوم.
۱۱. صالحی امیری، سیدرضا و سید مجید مطهری نژاد. ۱۳۹۰. درآمدی بر مسئولیت های فرهنگی-اجتماعی بنگاه ها و سازمان ها در ایران. قم. یوسف زهرا.
۱۲. طباطبایی، محمد حسین. ۱۳۷۴ ش. تفسیر المیزان. ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی. ج ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۰. چاپ پنجم. قم. دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۱۳. مکارم شیرازی ناصر. ۱۳۷۴ ش. تفسیر نمونه. ج ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۲، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۲ و ۲۴. چاپ اول. تهران. دارالکتب الاسلامیه.
14. Carroll, Archie B.; Shabana, Kareem M. 2010. "The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts". Research and Practice International Journal of Management Reviews. Vol 12. IS 1. p 85-105.
15. Garriga, Elisabet; Mele, Domenec. 2004. "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory". Journal of Business Ethics. 53: p 51-71. Kluwer Academic Publishers.
16. GEVA, AVIVA. 2008. Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory. Research and Practice. Business and Society

Review.vol 113. issue number:1. p 1-41

17. Jung, C.W. 2012. Saint Thomas University. School of Leadership Studies, The Influence of Professional Sports Team's Corporate Social Responsibility(CSR) on Team Image. Team Identification, and Team Loyalty. St. Thomas University.