

"فعالیت اقتصادی" و مشارکت شهروندان

مشارکت شهروندان (و مسئولانه در امور عمومی جامعه، همچون شهروندی مسئول) صرفاً به معنای فعالیت اقتصادی خوب نیست، بلکه یک استراتژی مناسب برای فعالیتهای اقتصادی است. کمپانی‌ها متوجه شده‌اند که در دوران کنونی اقتصاد جهانی، برای پیشگیری از خطرات و ریسکهای احتمالی در رابطه با نام و اعتبار، و یا اخلاق کاری‌شان، نیازمند استراتژیهای کارآموثر هستند. مزایای روش و استراتژیهای نوین اقتصادی‌ای که در آنها به جنبه اخلاقی فعالیتهای اقتصادی (مشارکت شهروندان و مسئولانه در امور عمومی جامعه) به اندازه کافی توجه می‌شود، همراه با تفکیک ناپذیری جامعه از فعالیتهای اقتصادی، و نیز گسترش و افزایش هرچه بیشتر پیچیدگی‌های جوامع امروزی و همچنین محیطی که در بستر آن فعالیتهای اقتصادی انجام می‌گیرد، همگی مبین دوران نوینی از "مشارکت شهروندان" هستند.

مشارکت شهروندان به کشورها کمک می‌نماید تا آنها بتوانند محیطی بهتر و مناسب‌تر برای فعالیتهای اقتصادی خود فراهم آورند. زیرا اقتصاد، در شرایط رقابت جهانی، در کشورهای غیر دموکراتیک، فاسد، بی‌ثبات و عقب مانده نمی‌تواند رشد کند و به زندگی خود ادامه دهد. فعالیت اقتصادی‌ای که بر اساس رقابت آزاد بازار انجام می‌گیرد، نمی‌تواند در بازاری عمل کند که وجوه مشخصه‌اش نبود حق مالکیت، نارسایی سیستم قانونی، بازار سیاه (اقتصاد زیرزمینی) گسترده و مکانیسمهای اجرایی ضعیف باشند. اقتصاد در جوامعی که در آنها حقوق بشر نقض می‌شود، موانع کارآفرینانه فراوان وجود دارد، حق آزادی بیان محدود می‌گردد و روند دموکراتیک مورد سوء استفاده قرار می‌گیرد اصولاً فاقد توان رشد و دوام خواهد بود.

یک شهروند خوب و مسئول در برابر جامعه (منظور بنگاه‌های اقتصادی‌ای هستند که مانند شهروندی مسئول در برابر جامعه عمل می‌کنند) باید با پرچم انسان‌دوستی بازاریابی کند. سیاستهای خوب و مسئولانه (بنگاههای اقتصادی) در برابر جامعه، همچون رفتار یک شهروند مسئول، از یک سو منتهی به شکوفایی و رونق اقتصادی می‌شود و از سوی دیگر، همزمان، به توسعه بهتر جامعه کمک می‌کند و در نهایت به حمایت و رعایت حقوق بشر و نیز تسهیل پروسه شکل‌گیری ملت می‌انجامد.

چکیده موضوع

مشارکت شهروندان (و مسئولانه در امور عمومی جامعه، همچون شهروندی مسئول) صرفاً به معنای فعالیت اقتصادی خوب نیست، بلکه یک استراتژی مناسب برای فعالیتهای اقتصادی است. کمپانی‌ها متوجه شده‌اند که در دوران کنونی اقتصاد جهانی، برای پیشگیری از خطرات و ریسکهای احتمالی در رابطه با نام و اعتبار و یا اخلاق کاری‌شان، نیازمند استراتژیهای کارآموثر هستند. مزایای روش و استراتژیهای نوین اقتصادی‌ای که در آنها به جنبه اخلاقی فعالیتهای اقتصادی (مشارکت شهروندان و مسئولانه در امور عمومی جامعه) به اندازه کافی

توجه میشود، همراه با تفکیک ناپذیری جامعه از فعالیتهای اقتصادی و نیز گسترش و افزایش هرچه بیشتر پیچیده گی های جوامع امروزی، و همچنین محیطی که در بستر آن فعالیتهای اقتصادی انجام می گیرد، همگی مبین دوران نوینی از "مشارکت شهروندانه" هستند. این دوران، برای فعالیتهای اقتصادی، دورانی است که از یکسو با گذر از جنبه صرفا نمایشی مشارکت شهروندانه- به عنوان استراتژی فقط مربوط به امور روابط عمومی- و از سوی دیگر با درآمیختن و جذب آن، به عنوان بخشی از استراتژی فعالیت اقتصادی، تعریف می شود.

مزایا و منافع چنین نگرش و استراتژی ای کاملا واقعی و روشن است. شرکتهایی که در این زمینه دارای استراتژی فعال (به عنوان یک شخصیت مستقل حقوقی- اقتصادی مسئول در برابر جامعه) هستند، موفق شده اند امکانات دسترسی خود به سرمایه را افزایش دهند، نام و اعتبار خوبی برای خویش درست کنند، به حس اعتماد و وفاداری مشتریان خود بیفزایند، میزان ریسک را کاهش دهند و مهمتر از همه، دامنه فعالیتهای خود را گسترش دهند. بعلاوه اینکه، افزایش قدرت رقابت کمپانیها، که محصول مکانیسم استراتژی نوین (یعنی اندیشیدن به منافع خود و نیز کل جامعه.م) است، به نوبه خود موجب اصلاحات مجدد در زمینه مشارکت مسئولانه در امور عمومی جامعه خواهد شد.

نگاه سنتی به مقوله مشارکت شهروندانه دیگر اعتبار خود را از دست داده است؛ مشارکت شهروندانه (و مسئولانه در امور عمومی جامعه.م) دیگر فقط به معنای مشتی همکاری های نمایشی چند ملیتی، بمنظور نشان دادن علائق خود، باهدف حفظ وادامه روابط و مناسبات اقتصادی- تجاری، نیست. مرزهای سنتی فعالیتهای اقتصادی زمانی توسط این روند درهم ریخته شد که کمپانی های کوچک و بزرگ، بعلاوه صاحبان صنایع و مسئولان محلی، به منظور مسئولیت پذیری و شفاف سازی و نیز با هدف دخالت و تاثیرگذاری بیشتر در امور مناطقی که در آنجا فعالیت داشتند، شروع به بحث و راهیابی کردند.

رفتار مشارکتی (در فعالیت اقتصادی یا شخصیت های مستقل حقوقی - اقتصادی مانند شرکتهای تجاری، واحدهای صنعتی و...م) در برابر جامعه در برگرفته مقولات و موضوعات متفاوتی است که میتوان آنها را به اشکال گوناگون تعریف کرد. اما یک فعالیت اقتصادی خوب بیش از هر چیز مربوط می شود به ایجاد آنچنان ساختار درونی و بیرونی ای که در بستر آن رفتار خوب تشویق و رفتار بد سرزنش و تنبیه میشود. این امر از این واقعیت ناشی می شود که مشارکت و مسئولیت نه در خلاء، بل در محیطی مشخص عمل می کند که باید مورد حمایت قرار گیرد و کمک شود تا خود را تکامل و گسترش دهد. بنابراین، رفتار مشارکتی و مسئولانه یعنی همکاری و همپایی با مقامات محلی برای رعایت حقوق بشر، یعنی فعالیت در زمینه بهداشت جهانی، مانند کمک به مبارزه با بیماری ایدز، یعنی تولید محصولات ایمن و ارائه خدمات خوب و کمک به ساختن جوامع و محیطی بهتر. در یک کلام رفتار مشارکتی و مسئولانه یک فعالیت اقتصادی، یعنی نگاه کردن به فراسوی سود و منافع کوتاه مدت. یعنی توجه داشتن و اندیشیدن به نگرانی ها و نیازهای افراد گوناگونی که بار اصلی بر دوش آنهاست، یعنی ارتقای معیارهای ارزشهای اخلاقی و ساختن محیطی خوب و سالم برای کار و فعالیت اقتصادی. به سیاست مشارکت شهروندانه می بایستی به عنوان یک استراتژی خوب برای سرمایه گذاری نگاه کرد. استراتژی ای برای سرمایه گذاری دراز مدت و با ثبات.

رفتار مشارکتی و مسئولانه در برابر جامعه فقط انجام یک عهدنامه و یا تعهد و پیمان صرف نیست، بل استراتژی و سیاستی است که مربوط به حقوق اساسی نیز می شود. اندیشه و طرح مشارکت اجتماعی و مسئولانه واحدهای اقتصادی در برابر

جامعه به این معناست که کمپانی‌ها میبایستی به عنوان شهروندان جوامعی تلقی شوند که در آنجا فعالیت دارند. این امر به این معنا است که یک نگاه اقتصادی (همچون یک شهروند، م) باید دارای حقوق مسلم و به رسمیت شناخته شده‌ای باشد؛ مانند حق کسب آزاد اطلاعات و اخبار و دسترسی به آنها و یا حق مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سیاسی. اقتصاد را نمی‌توان از این مسیر (مشارکت و تصمیم‌گیری، م) کنار گذاشت و مجبور شد کرد با سیاست‌هایی سرکند که به منظور محدودیت و بازدارندگی جامعه طراحی شده‌اند. درست برعکس، به اقتصاد باید امکان داده شود تا مراقب و مطمئن باشد که نگرانی‌های اجتماعی موجهی برای خسارت به بارآوری، بازدهی و کارآئی فعالیت‌های اقتصادی نخواهد بود. سیاست‌گذاری تحت فشار عمومی، بدون تغذیه اقتصادی، میتواند تبدیل به عکس خود شود، زیرا اگر کسب و کار بارآور نماید، اقتصاد هم نمی‌تواند رشد کند.

در بحث مربوط به رفتار مسئولانه و مشارکتی یک فعالیت اقتصادی در برابر جامعه، باید توجه داشت که به فعالیت اقتصادی به عنوان مجموعه‌ای واحد و یکپارچه نگاه نشود، بویژه در امور مربوط به بازار. باید میان امر مشارکت و مسئولیت‌پذیری (شرکت‌ها) و کمپانی‌هایی که توسط خودی‌ها و آفازاده‌ها (یعنی کسانی که دارای روابط خوب و گسترده با مقامات حکومتی هستند و در نتیجه همواره، و پیش از دیگران، به اخبار و اطلاعات دسترسی دارند، م) اداره می‌شوند، تفاوت گذاشت. در کشورهای در حال توسعه، شرکت‌هایی که توسط خودی‌ها و آفازاده‌ها تاسیس و اداره میشوند در طبیعت خود اکثراً شرکت‌هایی بسته و غیر شفاف‌اند که معمولاً در رابطه با اجرای قوانین و دسترسی به منابع و بازار از حقوق ویژه‌ای برخوردار هستند. اگر ما به فعالیت اقتصادی نگاهی یک‌سویه نداشته باشیم، در آن صورت به بینشی بسیار با ارزش دست یافته ایم. به این معنا که برخی از کمپانی‌ها (که بخشی از روابط و مناسبات سرمایه‌داری می‌باشند) پیش از هر چیز علاقمند به معاملات پر سود و کوتاه مدت، از راه معامله و پارتی بازی و زد و بند با آفازاده‌ها هستند. این کمپانی‌ها اغلب سودهای کوتاه مدت و منفعت خویش را بر هر چیز دیگری ترجیح می‌دهند و به تاثیرات (مخرب، م) اجتماعی عملکردهایشان کم و یا بی‌توجه‌اند. موقعیت ویژه آنها، به عنوان "خودی"، به آنان اجازه می‌دهد تا از پذیرش هر نوع مسئولیتی برای چنین اعمالی سرباز زنند. برعکس، کمپانی‌های دیگری نیز هستند که به جوانب و زمینه‌های اجتماعی عملکردهای خود توجه لازم را دارند. این نوع از کمپانی‌ها، هر چند کارشان فقط انجام امور خیریه نیست، اما در استراتژی فعالیت‌های اقتصادی‌شان از خود رفتاری قانونمندانه و مشارکتی، با تعهداتی درست و حقیقی، نشان می‌دهند.

پیشگفتار

کمپانی‌های امروزین دیگر فقط واحدهای اقتصادی صرف نیستند، بل عضوی از جامعه‌اند. در دنیای امروز، کمپانی‌ها در بستر مجموعه‌ای از یک ساختار اجتماعی - اقتصادی قرار دارند که در آنجا - بمنظور بازدهی و بارآوری اقتصادی - از یکسو زیر فشار صاحبان سهام قرار دارند، و از سوی دیگر تحت فشار دولت، گروه‌های مستقل اجتماعی، و نیز مصرف‌کنندگان هستند که خواهان پذیرش مسئولیت اجتماعی بیشتر از سوی کمپانی‌ها می‌باشند. بحث مربوط به مسئولیت اجتماعی هر فعالیت اقتصادی در برابر جامعه، هر چند امری نوین نیست، اما این موضوع در سال‌های اخیر به علت جنبش‌های مخالف جهانی شدن، به علت اقتضاحات و رسوایی‌های عمومی، و نیز به علت بدتر شدن دائمی وضع بسیاری از کشورهای در حال توسعه، دوباره مورد توجه قرار گرفته است.

نگاه سنتی به فعالیت اقتصادی که توسط اقتصاددانانی چون میلتن فریدمن (در سالهای دهه هفتاد) به رشته تحریر درآمد، براین عقیده است که مسئولیت اجتماعی کمپانیها با انجام امور زیر پایان می پذیرد: پرداخت د ستمزد به کارگران در برابر کار، عرضه کالا و خدمات به مشتریان و متقاضیان در برابر پول، پرداخت مالیات به دولت که صرف خدمات عمومی برای شهروندان می شود، و رعایت اصول قانون از راه بستن قرارداد.

در دنیای امروز، این نگاه سنتی به فعالیت اقتصادی دیگر دارای اعتبار نیست. امروزه، فعالیت اقتصادی امری به مراتب بیشتر از ارائه صرف کالا و خدمات به متقاضیان و مشتریان و پرداخت مالیات منصفانه است. همچنانکه در دهه های اخیر نقش اقتصاد و تلاشگران اقتصادی، و نیز میزان مشارکت آنها در رشد و توسعه و همچنین در دولت و جامعه به شدت گسترش و تکامل پیدا کرده است، البته به همان میزان هم انتظارات (شهروندان از واحد های اقتصادی، م) افزایش یافته است.

بسیاری از پژوهشهای اخیر مبین آن هستند که مشتریان، متقاضیان و مصرف کنندگان به رفتار اخلاقی کمپانیها اهمیت می دهند و به آن توجه می کنند. پاسخ سنتی مبنی بر اینکه " کمپانی ها فقط در برابر صاحبان خود مسئول هستند"، در دنیای پیچیده امروز دیگر کافی و بسنده نیست و اعتبار خود را از دست داده است. در دنیایی که به مشتریان مجموعه ای رنگارنگ از کالا و خدمات ارائه می شود و آنها حق انتخاب فراوان دارند، و سرمایه گذاران در پی ثبات و امنیت برای سرمایه های خود هستند، و شرکتها با جرائم سنگین قانونی و مجموعه ای از نگرانی های اجتماعی و تصوراتی نادرست و سایر دلواپسی ها رو در رویند، دیگر نمی توان مانند گذشته عمل کرد. برای شرکتها توجه به (انتظارات جامعه در رابطه با، م) نقش و وظائف آنها امری حیاتی است، زیرا یک اشتباه میتواند به نام و اعتبار آنها آسیب فراوان برساند، موجب مخارج اضافی برای کار و کسب آنها شود و از قدرت رقابت آنها نیز بکاهد. در واقعیت، بسیاری از پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته در این زمینه همگی مبین آن هستند که تلاش و فعالیت اقتصادی مسئولانه و مشارکتی (به معنای توجه لازم و ضروری به سایر عوامل، به غیر از افزایش صرف هر چه بیشتر سود در کوتاهترین مدت) به کمپانی ها کمک می نماید تا بر میزان و دامنه فعالیتهای خود بیافزایند و شرکتها مسئول نسبت به رقبای خود اغلب بهتر عمل می کنند و دارای موقعیت بهتری هستند. (۱)

مزایا و منافع رفتارهای شهروندانه خوب، مسئولانه و مشارکتی بسیار روشن هستند. از این روش میتوان به عنوان وسیله ای موثر برای بهبود رابطه کارکنان کمپانیها با جامعه استفاده نمود، که میبایستی زیر نظارت و بررسی دقیق قرار داشته باشد. زیرا، این سیاست و چنین رابطه ای میتواند بگونه ای بسیار موثر به کاهش و تعدیل میزان ریسک فعالیت اقتصادی کمک نماید، موجب افزایش نام و اعتبار شرکت گردد، به گسترش بازار و فروش کمک کند، و نیز موجبی برای تعریف و تبلیغ نام تجاری شرکتها توسط مشتریانشان شود. و در نهایت، عملکرد اخلاقی (به نوبه خود، م) موجب سود بیشتر برای فعالیت اقتصادی خواهد شد.

در حالیکه کمپانیها از همه سو، یعنی از سوی دولتها و مصرف کنندگان یا مشتریان و متقاضیان، و همچنین از سوی رسانه ها تحت فشار قرار دارند تا هر چه بیشتر پذیرای مسئولیت اجتماعی شوند، اما باید توجه داشت که بیشترین و موثرترین عامل برای اتخاذ سیاست مشارکت و قبول مسئولیت در برابر جامعه اغلب منتج از انگیزه های درونی (خود واحدهای اقتصادی، م) است. پژوهشی که اخیرا روی فعالیتها بیش از ۵۰۰ کمپانی کوچک و بزرگ آمریکایی (واز بخشهای گوناگون صنعتی) توسط "مرکز تحقیقات برای مشارکت شهروندانه" در کالج بوستن، ونیز "دفتر مرکز تجاری برای مشارکت شهروندانه" (ایالات متحده آمریکا) انجام گرفته است، نشان می دهد که

رفتار مشارکتی واحدهای اقتصادی در برابر جامعه اکثرا محصول ارزشها و سنتهای درونی خود کمپانی ها (۷۵٪) و نیز نگرانی آنها در رابطه با نام و اعتبار و وجه آنهاست (۵۹٪).

اما، هر چند توجه کمپانیها به پذیرش مسولیت و مشارکت در امور جامعه بسیار افزایش یافته است، هنوز کارهای زیادی باید انجام گیرد. یک پژوهش مربوط به مرکز جهانی نظر سنجی، تهیه شده در اواخر سال ۲۰۰۲، نشان می دهد که حس اعتماد شهروندان نسبت به موسسات و واحدهای اقتصادی ملی به ۴۲ درصد، و به کمپانی های فراملی تا ۳۹ درصد کاهش یافته است. یک نظرسنجی دیگر، در سال ۲۰۰۲، نشان می دهد ۹۰ درصد آمریکاییان بر این نظرند که برای تحقق خواستههایشان نمی توانند به مدیران اجرایی و گردانندگان شرکتها اعتماد کنند و ۴۹ درصد دیگر بر این باورند که مدیران اجرایی صرفا بمنظور حفظ منافع خود در آنجا حضور دارند.

این آمار و ارقام نشانگر دو موضوع هستند: یکم اینکه، شرکتها باید در ارتباط با مشارکت مثبت خود در زمینه توسعه و پیشرفت اجتماعی و اقتصادی کشورها کار توضیحی بهتری انجام دهند. و دوم اینکه، شرکتها باید به پیامدهای اجتماعی عملکردشان توجه بیشتری نمایند. اگر این دو کار انجام نگیرد، آنها در دنیای امروز که به سرعت بسوی جهانی شدن پیش می رود، بطور فزاینده ای ضربه پذیر خواهند شد. در دنیایی که در آن مصرف کنندگان و متقاضیان آماده اند، از راه مکانیسم های بازار، هر کمپانی راکه بنا بر تشخیص آنها دارای عملکردی منصفانه نیست، مجازات کند.

به عنوان مثال و به عنوان یک واقعیت، گزارش اخیر منتشر شده در "گزارش سالیانه نظارت بر مشارکت در مسؤلیتهای اجتماعی"، وابسته به موسسه سی اس آر، نشان می دهد که ۲۷ درصد از مصرف کنندگان در ۲۵ کشور کمپانی ها را به دلیل عملکردهای تجاری- اقتصادی غیر مسئولانه اشان مورد تحریم قرار داده اند و ۲۱ درصد دیگر در این فکر بوده اند که چنین کاری را انجام دهند.

پژوهش دیگری که توسط تایلر نلسون سافرس (یک کمپانی استرالیایی که در زمینه بازار و بازاریابی مطالعه میکند) انتشار یافته است، نشان می دهد ۶۸ درصد مصرف کنندگان استرالیایی کمپانی ها را به دلیل رفتار غیراخلاقی، مورد مجازات و تحریم قرار داده اند. مجازات کمپانی ها توسط مصرف کنندگان، اکثرابه شکل تغییر کمپانی و "خرید" از کمپانی رقیب انجام می گیرد. درست است که عمدتا مصرف کنندگان کشور های پیشرفته تمایل به چنین کاری دارند، اما در برخی از کشورهای در حال توسعه نیز آشکارا چنین گرایشی دیده می شود. این افزایش نارضایتی در میان شهروندان می بایست زنگ خطری برای صاحبان صنایع - تجارت و تلاشگران اقتصادی باشد تا استراتژی های بهتر و موثرتری را بکارگیرند. هدف از چنین استراتژی هایی باید از یکسو بهبود وضعیت محیطی که در آن فعالند، و از سوی دیگر کسب مجدد اعتماد مردم باشد.

پیمان جهانی سازمان ملل متحد

پیمان جهانی سازمان ملل متحد یک ابتکار مدیران تجاری- اقتصادی، بمنظور پیشبرد سیاست مشارکت شهروندانه (از سوی بنگاهها در برابر جامعه، م) است. هدف از این کار تشویق و ترغیب بنگاههای اقتصادی- تجاری، و به همراه آن، یافتن راه حلهایی برای رفع مشکلات ناشی از پدیده جهانی شدن است. این پیمان تلاشی است واقعی از جانب "فعالیت اقتصادی" که خود نمی تواند مستقلا به عنوان عاملی نظم دهنده

عمل نماید. پیمان جهانی عمدتاً ابتکاری داوطلبانه است که بر روی ارزشهای چون مسئولیت و شفافیت بنا شده است. بعلاوه این پیمان ابتکاری است که بر روی شبکه ای کاری بنا شده است که علاوه بر مدیران بخش صنعت و تجارت، دولتهای محلی، گروههای کارگری، مقامهای دانشگاهی و آکادمیک، سازمانهای گوناگون وابسته به سازمان ملل متحد و سایر سازمانهای یک جامعه مدنی را به گرد هم می آورد. اهداف، تصورات، نگاه و بینش این پیمان جهانی در ده اصل بیان شده اند. کمپانیهای امضاء کننده متعهد می شوند مفاد پیمان را در تمام فعالیتهای و عملکردهای خود، در هر کشوری در سراسر دنیا، رعایت کنند.

حقوق بشر

اصل ۱: هر "فعالیت اقتصادی" باید از حقوق بشر، مندرج در اعلامیه جهانی حقوق بشر، حمایت و پشتیبانی نماید، و اصل ۲: مطمئن شود که در انجام فعالیتهای در سوء استفاده و نقض حقوق بشر همراهی و همدستی نمی نماید.

معیارهای کار

اصل ۳: هر "فعالیت اقتصادی" باید حق آزادی اجتماعات و تجمع را رعایت نماید و بگونه ای موثر حق چانه زنی گروهی را به رسمیت شناخته آن را رعایت و اجرا نماید. اصل ۴: هر "فعالیت اقتصادی" باید تمام اشکال کار اجباری را لغو کند، و اصل ۵: بگونه ای موثر کار کودکان را ممنوع اعلام نماید، و اصل ۶: به هنگام استخدام هر نوع تبعیضی را از میان بردارد.

محیط زیست

اصل ۷: هر "فعالیت اقتصادی" باید اقدامات و رویکردهای پیشگیرانه در رابطه با چالشهای محیط زیست را مورد حمایت قرار دهد، و اصل ۸: بمنظور پیشبرد و گسترش هرچه بیشتر مسئولیت در برابر محیط زیست و حفظ آن دست به ابتکارات و اقداماتی بزند، و اصل ۹: تکامل، توسعه و استفاده از تکنولوژیهای مناسب برای محیط زیست را تشویق و ترغیب نماید.

ضد فساد

اصل ۱۰: هر "فعالیت اقتصادی" باید علیه تمام اشکال فساد، از جمله اخاذی و زورگوئی، و نیز رشوه دهی و رشوه گیری مبارزه نماید.

.....

رفتار مشارکتی خوب شهروندانه یعنی چه؟

رفتار مشارکتی شهروندانه چیست؟ اینکه گفته می شود یک نگاه اقتصادی باید شهروندی خوب باشد، به چه معنا است؟

شهروندی خوب، مسئول و همراه جمع بودن (برای یک واحد اقتصادی، م)، یعنی سیاستگذاری بر فراز نگرانی های سهامداران شرکت و پاسخ گفتن به تشویشها، نگرانی ها و نیازهای تمام دست اندرکاران امور- مانند مصرف کنندگان، مدیران، کارکنان، رسانه های گروهی و جامعه بطور کلی . اما معنای این سیاست و استراتژی بمراتب بیشتر از انجام یکسری اقدامات انسان دوستانه یا خیرخواهانه خشک و خالی است. نگاه اقتصادی مسئول در برابر جامعه، یعنی امری بمراتب بیشتر از مشارکت صرف در کارهای خیریه، یعنی گذرا از این مرحله و رفتن به فراسوی آن، یعنی دخالت فعال در برنامه های آموزشی و تربیتی و پذیرش مسئولیت در رابطه با حفظ محیط زیست. شهروند خوب و مسئول بودن، یعنی وقت گذاشتن برای جامعه و تلاش در تمام سطوح سازمانی، بمنظور بهبود وضع جامعه، به منظور عملکرد شفاف و مسئولانه، به منظور تولید محصولات و ارائه خدمات با کیفیتی عالی و ایمن.

مشارکت شهروندانه و مسئولانه برای نگاه های اقتصادی به چه معنا است؟

- عملکرد همراه با رعایت معیارهای اخلاقی "فعالیت اقتصادی"
- رفتار خوب با کارکنان
- سودبری، پرداخت مالیات، و ارائه مشاغل جدید
- ارائه کالا و خدمات مطمئن و قابل اعتماد
- داشتن کارنامه خوب در زمینه محیط زیست
- اقدام در جهت بهبود وضعیت و توانائی های جامعه

منبع: مرکز(تحقیقاتی) مشارکت شهروندانه در کالج بوستن

در دنیای در حال گسترش و توسعه امروز، از نگاه فعالیت اقتصادی، شهروند خوب و مسئول بودن و در امور عمومی جامعه شرکت فعال کردن، یعنی استفاده از تکنولوژی مدرن، یعنی ایجاد محیط سالم برای فعالیتهای اقتصادی بدون فساد و تباهی، یعنی تلاش برای گشایش فضای جامعه از راه نشان دادن اصول روابط و مناسبات دموکراتیک و حاکمیت قانون و کمک کردن به ملل در ساختن موسسات و نهادهای حکومتی بمنظور رونق و شکوفائی جامعه. مسئول بودن در برابر جامعه و شرکت مسئولانه در امور آن، یعنی فقط به سود و انباشت ثروت نیاندیشیدن و نگاه به فراسوی آن، یعنی کمک کردن به مردم بمنظور بالا بردن سطح و استاندارد زندگی ایشان، یعنی رعایت و تامین حقوق بشر، یعنی کمک رسانی به جوامع برای ایجاد بازار آزاد، یعنی کمک

رسانی به حکومت و دولت برای دستیابی به یک رشد اقتصادی پایدار و قوی و نیز رسیدن به ثبات سیاسی.

مشارکت خوب و شهروندانه در امور عمومی جامعه، باید یک خوی و عادت همیشگی باشد و نه صرفاً رویداد یا حادثه ای یکباره، به صورت ژستی شرافتمندانه و آقامنشانه. این سیاست باید در بستر فرهنگی کمپانی ها (به عنوان بخشی جدا ناپذیر از آن، م) نهفته باشد، مشارکت یعنی تلاش دائمی شرکتها بمنظور دست یازی به فضیلت ها و مزیت هائی که در پیشاپیش اهداف ملی قرار دارند. پاسخگویی و مسئولیت پذیری در برابر نیازها و نگرانی های مشتریان و مصرف کنندگان، در برابر کارکنان و نیز جوامعی که آنها در آنجا فعال هستند، باید همواره بخشی از روند هر نوع تصمیم گیری شرکتها باشد، به گونه ای که موفقیت یا عدم موفقیت تجاری منوط به آن گردد.

رهبری و اخلاق

شهروند خوب و مسئول بودن عمدتاً مربوط می شود به اخلاق "فعالیت اقتصادی" و اخلاق مدیریت و رهبری در درون کمپانی ها. هدایت و مدیریت اخلاقی هر "فعالیت اقتصادی" برای کارکنان شرکت، در سطوح مختلف سازمانی و تشکیلاتی، اغلب امری بسیار دشوار است. مدیران عامل، از یکسو همواره زیر فشار دائمی سهامداران جزء قرار دارند که خواهان گسترش فعالیتها و کمپانی در کوتاه مدت هستند و از سوی دیگر زیر فشار سهامداران بزرگ که اغلب خواهان استفاده از استراتژی با ثبات و دراز مدت می باشند. در سطح دیگر تشکیلات کمپانی، کارکنان و مدیران متوسط و کوچک هستند که اغلب در شرایط و موقعیت دشواری قرار دارند، زیرا آنها از یکسو باید معیارهای اخلاقی را رعایت کنند، و از سوی دیگر (و همزمان) مراقب باشند به نام و اعتبار شرکت صدمه ای وارد نشود و نیز شغل خود را هم به خطر نیاندازند. مسئولیت طراحی و پذیرش اصول مربوط به یک رفتار اخلاقی و نظارت بر اجرای آن با مدیران عامل است. در نتیجه، رهبری نقشی بسیار مهم و حیاتی در رفتار اخلاقی هر "فعالیت اقتصادی" دارد. مدیران و رهبران موثر و موفق در باره اصول اخلاقی فقط حرف نمی زنند، بل به آن عمل نیز می کنند. آنها خود نمونه هائی از کردار و منش خوب در فعالیتهای اقتصادی اند که نه تنها برای کارکنان خویش، بل برای سایر شرکتها مدل و نمونه اند.

فرا تر از این، مدیریت خوب و کارآرا به معنای مصون نگه داشتن کمپانی از صدمات اخلاقی است. همچنانکه رسوائی های اخیر در ایالات متحده آمریکا و اروپا نشان دادند، اشتباهات مدیریت در این زمینه می تواند تاثیراتی ویرانگر برای کمپانی و حامیان اصلی درونی و بیرونی آن در پی داشته باشد. یک کمپانی میتواند از امروز به فردا، یک شبه، اعتماد سرمایه گذاران و مردم را از دست بدهد، در صورتی که کسب مجدد اعتماد از دست رفته نیازمند زمان بسیار زیادی است. رهبری و مدیریت خوب همواره به روی نیک نامی و اعتبار خوب شرکت، به گونه ای فراگیر، سرمایه گذاری می کند. همچنانکه مطالعات و پژوهشهای اخیر نشان میدهند، موفقیت هر فعالیت اقتصادی میتواند حتی تا حدود پنجاه درصد مربوط خوشنامی و شهرت خوب کمپانی باشد.

.....

اصول "فعالیت اقتصادی" برای مبارزه با رشوه

رشوه خواری یکی از پیچیده ترین امور در اقتصاد است. واقعیت این است که رشوه خواری در اقتصاد موجب افزایش هزینه ها، و ایجاد موانع و رقابت ناعادلانه می شود. اما با این وجود، رشوه خواری (و رشوه دهی، م) امر و عملکردی عمومی و فراگیر است. دلیل ساده این امر آن است که اصولا رشوه به هنگام بروز مشکلات موجب تسریع در یافتن راه حل مطلوب می گردد و در فعالیت اقتصادی وسیله ای است بسیار موثر برای کسب درآمد و قرارداد. اما حذف کامل رشوه از دنیای تجارت موجب بهتر و سالم تر شدن محیط فعالیت اقتصادی، و در نهایت گشایش بازار، تولید ثروت و نیز امکانات بیشتر برای اقتصاد خواهد شد.

"اصول تجاری برای مبارزه با پدیده رشوه"، که مشترکا توسط کمپانی ها، اتحادیه های کارگری، سازمانهای غیر حکومتی جامعه مدنی و استادان دانشگاهی تهیه و تدوین، و توسط (سازمان) جهانی (برای) شفافیت، و نیز (سازمان) جهانی برای مسئولیت پذیری اجتماعی منتشر شده است، ابزاری است مناسب و عملی برای کمپانی ها، بمنظور تهیه و تدوین یک روند کار کنترل کننده درونی خوب در زمینه مبارزه با رشوه. این اصول راهنما به کمپانی ها یک نقطه آغازین خوبی را، به منظور رشد و شکوفائی یک فرهنگ درونی فراگیر و بالنده و قابل اعتماد، ارائه می دهد. فرهنگی که در آن رشوه دهی و رشوه خواری تحمل نمی شود. بعلاوه، این اصول راهنما ابزاری است در دست بسیاری از کمپانیها تا سیستم مبارزه با رشوه موجود خود را با آن بسنجند. متداولترین اشکال رشوه که موضوع این اصول هستند، عبارتند از: باج دهی های سیاسی و انساندوستانه (از راه کمکهای مالی و امور خیریه، م)، هدایا، میهمان نوازی، پرداخت مخارج و هزینه های سفر، و دیگر انواع پرداختهای غیر اخلاقی. اجرای دقیق این اصول ایجاب می کند که هیئت مدیره (شرکتها) خود رسماً مسئولیت مبارزه با پدیده رشوه را به عهده بگیرند. کانالهای اطلاع رسانی به مقامات مسئول را سازماندهی کنند و مراقب باشند که گزارشگران مجازات نشوند. یک سیستم نهادینه شده کنترل درونی به همراه یک جریان حسابرسی برای بررسی رشوه دهی و رشوه گیری را سازماندهی نمایند، آموزش و ارتباطات لازم در این زمینه را در درون شرکتها ایجاد و تقویت کنند و مطمئن شوند که کمپانی در این زمینه دارای ارتباطات موثر بیرونی است.

اصول پیشنهادی

- * بنگاه اقتصادی باید از هر نوع رشوه، به هر شکل آن، مستقیم یا غیرمستقیم، جلوگیری کند
- * بنگاه اقتصادی باید متعهد به اجرای یک برنامه مبارزه علیه رشوه باشد

اهداف

- فراهم آوردن چارچوبی مناسب برای عملکرد خوب هر فعالیت اقتصادی و انتخاب یک استراتژی خوب، بمنظور مدیریت ریسک ها به هنگام مبارزه با پدیده رشوه. واحد اقتصادی باید کمک کند تا:
- ۱- رشوه خواری ریشه کن شود
 - ۲- تعهد خود را در مبارزه با رشوه (آشکارا) نشان دهد
 - ۳- در هر محلی که فعالیت و عمل میکند، سهم سازنده و مثبت خود را، بمنظور پیشبرد و گسترش معیارهای تجارت، مبنی بر پایبندی بر اصول در مبارزه با رشوه، شفافیت و مسئولیت پذیری، نشان دهد.

تهیه و تدوین برنامه ای برای مبارزه با رشوه

- * هر بنگاه اقتصادی باید یک برنامه مبارزه با فساد، متناسب با زمینه فعالیت اقتصادی، بزرگی و کوچکی، محل فعالیت و نیز خطرات بالقوه آن تدوین نماید. این برنامه باید در برگزیده یک سری ارزشها، سیاستها، و مسیری روشن و منطقی، برای مبارزه با رشوه، در تمام حوزه های تحت فعالیت و کنترل بنگاه باشد.
- * این برنامه باید متناسب و منطبق با تمام قوانین مهم حوزه قضائی ای باشد که بنگاه اقتصادی در آن فعال است، بخصوص قوانینی که مستقیماً مربوط به عمل کردهای ویژه تجاری می شوند.
- * بنگاه اقتصادی باید برنامه (مبارزه با رشوه و فساد،م) خود را از راه مشورت با کارکنان، اتحادیه های کارگری، و سایر نهادهائی که کارکنان را نمایندگی می کنند، تهیه و تدوین نماید.
- * بنگاه اقتصادی باید از راه تماس و ارتباطات با طرفین علاقمند (به امر مبارزه با رشوه و فساد،م) اطمینان حاصل نماید که برای تدوین برنامه موثر و کارآمد خود به تمام اطلاعات مهم دسترسی داشته است.

زمینه عملکرد برنامه

- * رشوه
- * دخالت و یارگیری های سیاسی (از راه کمکهای مالی به گروههای سیاسی، مثلاً در انتخابات،م)
- * کمکهای مربوط به امر خیریه یا تقبل مخارج (با هدف بهره گیری های اقتصادی،م)
- * پرداخت رشوه به منظور تسهیل کار
- * هدایا، میهمان نوازی، و پرداخت مخارج و هزینه های سفر

نیازمندی ها و ضروریات اجرایی برنامه

- * تشکیلات، سازماندهی و مسئولیت
- * روابط و مناسبات مربوط به فعالیت اقتصادی
- * منابع انسانی
- * آموزش
- * رشد نگرانی ها و کسب راهنمایی
- * ارتباطات
- * حسابرسی و کنترل داخلی
- * نظارت و بررسی

.....

رهبری و مدیریت خوب از پیش عمل میکند و نه عکس العمل. عکس العمل و یافتن راه حل مناسب برای چالشهای روزانه بسیار لازم و ضروری است، اما مدیران و رهبران خوب باید این توانائی را داشته باشند که همواره یک گام از حوادث جلوتر حرکت کنند و مشکلات بالقوه را پیش از بروز اختلال شناسائی و حل نمایند. این امر به معنای بررسی اساسی، دائمی و دقیق نتایج پیرامونی فعالیتهای اقتصادی پیش از وقوع

فاجعه، ارائه ارزشهای اخلاقی به عنوان ارزشهای پیشگیرانه و پاسخگو، بالا بردن سطح استانداردهای بهداشت و ایمنی از حداقل های ممکن، تلاش دائمی برای یافتن راههایی به منظور بالا بردن درجه ایمنی و سطح کیفیت محصولات و خدمات، توجه ویژه به امکانات جدید، تشویق سایر کمپانی ها به عملکرد اقتصادی مسئولانه و ارتباط با دیگران و دخالت دادن آنها است.

یک بخش اساسی اخلاق تجاری، بویژه زمانی که فعالیت اقتصادی در کشوری دیگر انجام می گیرد، تلاش برای مبارزه با فساد است. عدم علاقه کمپانی ها به شرکت در فساد خود بخشی جداناپذیر از یک رفتار شهروندانه خوب، مشارکتی و مسئولانه است. برای پیرامونیان یک فعالیت اقتصادی تفاوت نمی کند که فساد در بخش خصوصی و یا دولتی انجام می گیرد.

در کشورهایی که در آنجا هرفعالیت اقتصادی، به دلیل وجود کارمندان فاسد، اخاذ و رشوه گیر، مجبور به شرکت در فساد می شود، کمپانی ها می بایستی فعالانه در پی ایجاد سیستم عادلانه و شفاف بمنظور مبارزه با فساد باشند.

به هنگام ایجاد چنین سیستمی، نباید توجه اساسی را صرفاً و فقط بر روی تدوین مکانیسمهای مسئولیت و حساب پذیری متمرکز کرد، بلکه باید به قواعد و قوانین متناقض و نامفهومی که خود منشأ فساد هستند نیز توجه داشت و برای لغو آنها تلاش کرد. بعلاوه باید بانقویت نقش قانون عملاً نشان داد که قانون فقط برای ثبت بروی کاغذ نیست، بلکه باید رعایت شود و واقعا به اجرا درآید.

در کشور هایی که در آنجا فعالیت های اقتصادی عمدتاً از راه فساد امکان پذیر است و باید با پرداخت رشوه کارها را پیش برد و خدمات لازم را دریافت داشت، کمپانی ها باید مراقب باشند که معیارهای اصولی و درون تشکیلاتی آنها، هم توسط کارکنان شرکت وهم توسط کسانی که به آنها کالا و خدمات عرضه می کنند، کاملاً رعایت و اجرا شوند. مبارزه با فساد در بستر رفتاری شهروندانه و مسئول به این دلیل بسیار مهم و با اهمیت است که افتادن به دام فساد، بویژه در ابعاد بزرگ آن، و به هنگام فعالیت اقتصادی در سایر کشورها، موجب می گردد که کمپانی ها از این راه احتمالاً به رژیم های سرکوبگر کمک نمایند تا هر چه بیشتر درهای جامعه را ببندند و حقوق اساسی و آزادی های اولیه شهروندان خود را زیر پا بگذارند.

حقوق بشر

هرفعالیت اقتصادی با رفتار شهروندانه خوب، مشارکتی و مسئولانه باید در رابطه با رعایت حقوق بشر، در حوزه فعالیت اش، نقشی بسیار فعال و گسترده داشته باشد. در سالهای اخیر، رابطه میان فعالیت اقتصادی مسئول و حقوق بشر هرچه بیشتر آشکار می شود. هرچه پدیده جهانی شدن (کار، سرمایه، ارتباطات، اطلاعات، و...م) گسترش و توسعه بیشتری می یابد و کمپانی های فراملیتی به گونه ای روزافزون در بازارهای سراسر جهان فعالتر می شوند، حقوق بشر نیز به عنوان بخشی حساس و واقعی از عملکرد مسئولانه هرفعالیت اقتصادی مطرح ترمی گردد. توجه لازم به موضوع حقوق بشر، بدون به خطر انداختن چشم انداز و دورنماهای رشد اقتصادی، تبدیل به یکی از اساسی ترین و جدی ترین چالشهای جامعه اقتصادی شده است.

استانداردهای عمومی (جهانی) کار و استفاده از کار کودکان نیز یکی از موضوعات حساس و نگران کننده در بحث مربوط به استراتژی مشارکت مسئولانه و شهروندانه شده است. رعایت قوانین کار کشورها پی که فعالیت اقتصادی در آنجا انجام می گیرد و تلاش همزمان برای بهبود استانداردهای موجود، باید هسته اساسی استراتژی هربنگاه اقتصادی راتشکیل دهد. این امر شامل ایجاد محیط امن برای کار، پرداخت

دستمزد مناسب، برقراری ساعات کار رایج و معمول، ارائه خدمات پزشکی و بهداشتی، تضمین آزادی اجتماعات، رفتار خوب و منصفانه با کارکنان و پرهیز از استخدام کار اجباری و ممنوع کردن آن نیز می شود. یک جنبه مهم دیگر این موضوع تعهد به عدم استفاده از کار کودکان و حتی برعکس، کمک کردن به کودکان کشورهای در حال توسعه برای بهره گیری از آموزش و پرورش صحیح است تا آنها از این راه بتوانند در آینده تبدیل به رهبران اقتصادی و سیاسی کشورشان شوند.

در اینجا باید تاکید شود که اکثر بنگاه های اقتصادی فرا ملیتی، حتی در دوران جهانی شدن کار و سرمایه، استانداردهای بالای کار را ترجیح می دهند. یک پندار نادرست رایج این است که گویا کمپانی ها همواره بدنبال کشورهای پائین کار می گردند تا از این راه بتوانند به نیروی کار ارزان دسترسی داشته باشند. پژوهشی که در این مورد توسط سازمان جهانی کار و در رابطه با سرمایه گذاری مستقیم خارجی، در میان ۱۲۷ کشور انجام گرفته است، نشان می دهد که اکثر سرمایه گذاری ها در کشورهای با آزادی های مدنی و شهروندی بالا، یعنی در جاییکه نیروی کار بمراتب گرانتر است، انجام می گیرد (۴). بعلاوه، بررسی و پژوهشهای مربوط به سرمایه گذاریهای خارجی نشان می دهند که عواملی چون تضمین های لازم برای اجرای قرارداد، موضوع فساد، و یا حقوق مربوط به مالکیت، برای صاحبان سرمایه اغلب مهمتر است تا دست یافتن به نیروی کار ارزان، زیرا عوامل فوق دارای نقش اساسی و کلیدی برای امنیت سرمایه های آنها هستند.

موضوع بهداشت: ایدز

بیماری ایدز که زمانی به آن به عنوان مشکل صرفا بهداشتی نگاه می شد، اکنون به دلیل شیوع و گسترش غیرقابل کنترل اش در بعضی از مناطق، نه تنها مشکلی عظیم برای برخی از کشورها که حتی مشکلی جدی برای کمپانی هائی شده است که در این مناطق فعالیت اقتصادی دارند. گسترش و شیوع این بیماری باری است بسیار سنگین بر دوش ساختارهای خدمات اجتماعی و نظام بهداشتی ضعیف بسیاری از کشورهای در حال توسعه. بعلاوه شیوع بیماری و گسترش ویروس ایدز د اثراتی منفی روی فعالیتهای بخش خصوصی دارد. به این معنا که بخش خصوصی، به دلیل کاهش آمادگی و نیز کاهش کیفیت نیروی کار، مجبور به افزایش هزینه های خود می شود. کمپانی ها، در برخی از نقاط آفریقا، به دلیل چرخش دائمی نیروی کار و به علت مرگ و میر و ناتوانی کارکنان، مجبورند برای هر یک جای خالی، به جای یک نفر دو نفر را استخدام کنند، زیرا میدانند که فقط یکی از آن دو توان انجام کار را خواهد داشت و این امر موجب افزایش هزینه شرکتها می شود.

بنابراین منافع و مزایای همکاری و مشارکت فعال در برنامه مبارزه با بیماری ایدز و پیشگیری از گسترش و شیوع ویروس آن دو جانبه است. کمپانی ها با اجرای یک برنامه موثر آموزشی و بهداشتی در زمینه مبارزه با ایدز، به کشورهای در گیر این مشکل کمک می نمایند تا به ثبات سیاسی دست یابند. زیرا کاهش شدید جمعیت، به دلیل مرگ و میر ناشی از ایدز، اکنون موجب بی ثباتی سیاسی بسیاری از این کشورها شده است. دلایل آن در نارضایتی شهروندان از اقدامات ناکافی و غیر موثر دولت در امر مبارزه با بحران بهداشت جامعه و نیز بحران اقتصادی ناشی از آن است. هنگامی که دولتها، در امر مبارزه موثر و کارآمد با این بیماری و شیوع آن از خود ناتوانی نشان می دهند و یا حتی نمی خواهند وجود چنین مشکلی را به رسمیت بشناسند و آن را انکار می کنند، در چنین حالتی ثبات سیاسی کشور به خطر می افتد، زیرا مردم (برای مبارزه با این بیماری و پیامدهای ناشی از آن، م) در جای دیگری

به دنبال یک استراتژی مناسب و مسئولیت پذیری بهتری خواهند گشت. به اضافه اینکه، کمپانی‌ها از راه کاهش مخارج مربوط به آموزش نیروی کاری که دائماً در حال چرخش است، به خود نیز کمک می‌نمایند.

کارکنان برنامه‌های آموزش بهداشت (برای مبارزه با ایدز و پیشگیری از شیوع ویروس آن، م)، که توسط بنگاه‌های اقتصادی سازماندهی شده‌اند، یکی از فعالترین بخشهای جامعه هستند که بیشترین تلاش را علیه این بحران انجام می‌دهند، بویژه زمانی که سایر افراد جامعه نیز در فعالیت آنها شرکت می‌جویند. همکاری و شرکت فعال در گفتگوهای سازنده و سالم میان دولت، شهروندان، و جامعه اقتصادی، و نیز کمک به تکامل و شکل‌گیری موسسات ملی (برای مبارزه با ایدز و پیامدهای آن، م)، یکی دیگر از جنبه‌های موفق فعالیت بخش خصوصی در راه مبارزه با این بحران است. کوتاهی در راه مبارزه پیشگیرانه از شیوع بیماری ایدز و ویروس آن، بعضاً به ضعف نهادها و ساختارهایی مربوط می‌شود که در کشورهای در حال رشد وجود دارند؛ مانند محدودیت یا نبود آزادی مطبوعات و آزادی بیان و نیز محدودیت یا نبود امکانات عمومی برای اشاعه و پخش ایده‌ها و با شکایات. همین ضعف‌های ساختاری و نهادی (در کشورهای در حال رشد و توسعه، م) مانع اساسی در پیدایش دمکراسی‌های بازار آزاد هستند. بخش خصوصی، از راه کمک به برنامه‌های مربوط به مبارزه با بیماری ایدز و پیشگیری از شیوع ویروس آن، می‌تواند نقشی مهم و یاری‌دهنده‌ای به کشورهای در حال توسعه، بمنظور دست‌یابی آنها به جامعه‌ای بازتر و اقتصادی سالم‌تر نماید.

توليدات و خدماتی ایمن

ارائه محصولات و خدمات ایمن، یکی دیگر از پایه‌های یک رفتار خوب، مشارکتی و شهروندانه است. علت وجودی کمپانی‌ها وجود مصرف‌کنندگانی است که کالاهای آنها را می‌خرند. اگر مصرف‌کنندگان تصمیم بگیرند اجناس خود را از کمپانی‌های رقیب تهیه کنند، در آن صورت موجودیت هر کمپانی‌ای پایان خواهد یافت. بنابراین ارائه اجناس و خدماتی که مصرف‌کنندگان و مشتریان بتوانند به آن اطمینان کنند، امری تعیین‌کننده برای کل موجودیت یک بنگاه اقتصادی است. بعلاوه اینکه در پی گسترش و افزایش روند جهانی شدن (کار و سرمایه)، به اهمیت ایمنی کالا و کیفیت خوب و بالای آن هر چه بیشتر افزوده می‌شود. هنگامیکه بازارهای جدید پی در پی گشایش می‌یابند و جریان تجارت شدت فزاینده‌ای می‌گیرد، در چنین شرایطی قیمت کالا دیگر تنها معیار تعیین‌کننده برای خرید نیست. افزایش تجارت جهانی موجب ثبات و یکدستی هر چه بیشتر قیمت‌گذاری در بازار شده است. در چنین شرایطی که انتخاب کالا (صرفاً براساس قیمت) برای خریدار بسیار مشکل‌تر می‌شود، اوبه جنبه‌های دیگر کالا و خدمات ارائه شده نگاه خواهد کرد؛ مانند کیفیت و ایمنی کالا، تاثیرات (منفی) محیط زیستی مسیر تولید کالا یا خود کالا و یا کارنامه حقوق بشر شرکت تولیدکننده کالا.

از کنار این پدیده نوین در رفتار و نوع نگاه مصرف‌کننده که به آن "مصرف‌گرایی اخلاقی" می‌گویند، نمی‌توان بی‌توجهی گذر کرد و آن را نادیده انگاشت. پژوهش‌های بسیار زیادی در این زمینه نشان می‌دهند هر چند مصرف‌کننده، به هنگام خرید کالا، اکثراً از جنبه‌های اخلاقی کالایی که خریداری می‌کند بی‌اطلاع است، اما زمانی که اخبار و اطلاعات لازم در اختیارش گذارده شود، آواز کمپانی‌هایی عمده‌تر خواهد کرد که همراه با رعایت موازین مربوط به حفظ محیط زیست، محصولات ایمن تولید می‌کنند. افکار عمومی منفی‌ای که گروه‌های جامعه مدنی می‌توانند در این زمینه، نسبت به یک کالا یا شرکت، بوجود آورند، کمپانی‌ها را مجبور می‌نماید به هنگام

تدوین استراتژی های خود به جنبه های اخلاقی مصرف کننده توجه نمایند و آن را در برنامه هایشان مد نظر قرار دهند. بسیاری از کمپانی ها خود ابتکار عمل را بدست گرفته و داوطلبانه اطلاعات لازم و ضروری در باره ایمنی کالای خود را در اختیار مشتریان قرار و به آنها ضمانت می دهند که در صورت بروز حادثه ای ناگوار مسئولیت را به گردن خواهند گرفت و اقدامات لازم را انجام خواهند داد.