



گزارش ها

گزارش مشارکت اجتماعی شرکتی (CSR)

همایش مدیریت سبز ایران

همایش اتاق بازرگان ایران

همایش وزارت نفت

یادداشت ها

یلدا راهدار: اعتماد سازی، چالش تحقق مسئولیت اجتماعی

دکتر سالاری: در آستانه ورود به قرن جدید دارای یک رسالت تاریخی هستیم

سید رضا جمشیدی: مشارکت؛ کلید واژه مسئولیت اجتماعی

دکتر داوود پیرانی: در موضوع مسئولیت اجتماعی با یکپارچگی مواجه نیستیم

شبکه پذیرش آگهی

مجری و کارگزار آگهی مطبوعات کشور

اولین و تنها دارنده گواهینامه
ISO 9001: 2008 در تبلیغات مطبوعاتی

مکتوب
در رسانه
تبلیغات
مدیریت



www.44195000.com

www.44195000.com

۰۹۱۲۳۰۴۷۵۴۵ - ۰۲۱ - ۴۴۱۹۷۰۰۷ - ۹



صاحب امتیاز: سیدرضا جمشیدی

سر دبیری: مجید جمشیدی

مدیر آگهی و تبلیغات: میشا جمشیدی

صفحه آرا: مهنوش جوادی

همکاران این شماره: مریم شقاقی، منیژه بازاریار، میلاد تکسیبی، طاهره ابراهیمی،

شیرین جمشیدی، بهرام حسن پور (عکاس)

شورای سیاست گذاری: دکتر سید محمد صحفی، دکتر سیف الله جوان، دکتر

شعبانعلی بهرام پور، مهندس عباس شهبازی، دکتر حسن جلالی پور، دکتر

نادر صفاجو، دکتر کامران صحت، سید مجتبی احمدی، دکتر علی خویه،

احمد بختیاری، دکتر سید ابوالقاسم مرتضوی، مهندس رضا رحیمی، مهندس

سید حسین جمشیدی، مهندس فریدون عیدی، اسدالله علیرضایی شهرکی

چاپخانه: چاپخانه ایران کهن - تهران - خیابان مطهری - نرسیده به سهروردی - کوچه سندج - پلاک ۴

تلفن: ۸۸۳۴۴۳۸۷

نشانی دفتر نشریه: بزرگراه شهید لشگری (جاده مخصوص کرج) کیلومتر ۱۴ ساختمان اداری، چیتگر طبقه اول واحد ۱۲

تلفن: ۴۴۱۹۵۰۰۰

فصلنامه دانستنی اقتصاد / سال پنجم / شماره سیزدهم / بهار ۱۴۰۰

گزارشات

گزارش مشارکت اجتماعی شرکتی (CSR)



همایش مدیریت سبز ایران



همایش اتاق بازرگان ایران



همایش وزارت نفت



یادداشت‌ها

یلدا راهدار: اعتماد سازی، چالش تحقق مسئولیت اجتماعی



دکتر سالاری: در آستانه ورود به قرن جدید دارای یک رسالت تاریخی هستیم



سید رضا جمشیدی: مشارکت؛ کلید واژه مسئولیت اجتماعی



دکتر داوود پیرانی: یکپارچگی مواجهه نیستیم در موضوع مسئولیت اجتماعی با



مشارکت؛ کلید واژه مسئولیت اجتماعی

نقش کلیدی «مشارکت» در ارتقای مسئولیت اجتماعی

سید رضا جمشیدی؛ مدیر مسئول

معضل به نوبه خود مشارکت موثر داشته باشد تا در رفع آن بکوشد. مسئولیت اجتماعی طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیستی و امور خیریه را در بر می‌گیرد و افراد جامعه در هر سطح و طبقه‌ای، در قبال معضلات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می‌دهد مسئول هستند و تحت هیچ شرایطی این مسئولیت از آنان ساقط نمی‌شود. برای مسئولیت‌پذیری تنها شرکت در فعالیت‌های اجتماعی کافی نیست بلکه باید این مسئولیت به سبک زندگی فرد و بخشی از ارزش‌ها و سیستم اعتقادی وی تبدیل شود تا بتوان گفت این فرد از نظر اجتماعی مسئول است. احساس مسئولیت برای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی به ارتقای کیفی و بهبود زندگی افراد جامعه کمک می‌کند. به بیان دیگر، فرد مشارکت‌کننده گرچه داوطلبانه و گاه بی‌چشمداشت و تنها برای انجام مسئولیت وارد عرصه می‌شود اما در نهایت نتایج و اثرات مثبت این اقدامات شامل حال او نیز خواهد شد. زمانی که فرد با احساس تعهد وارد عرصه مسئولیت اجتماعی خویش می‌شود، با کمک به طبقه آسیب‌پذیر جامعه از عوارض ناشی از توسعه در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره می‌کاهد و بدین ترتیب اقبال آسیب‌پذیر کمتر متحمل رنج و سختی می‌شوند. از مهم‌ترین فعالیت‌ها و اهداف نیکوکاران در پروژه‌های اجتماعی، جلب مشارکت و درگیر کردن افراد در حل مشکلات جامعه است. یکی از این فعالیت‌ها می‌تواند مشارکت و همراه‌سازی

مسئولیت اجتماعی به عنوان چارچوبی اخلاقی چه شخص را و چه سازمان را در مشارکت به امور اجتماعی که عمل به آن در سطح وسیع به منفعت جامعه خواهد بود، متعهد می‌سازد. مسئولیت اجتماعی به این معناست که فرد به عنوان عضوی از جامعه، مشارکت فعالانه دارد و نسبت به مشکلات و معضلات بی‌تفاوت نبوده و در تغییرات و بهبود شرایط می‌تواند سهم‌دار باشد. این مشارکت و حضور فعال، از شرکت در پاکسازی محیط زیست تا کمک نقدی یا شرکت در مراسم اجتماعی را در بر می‌گیرد. مسئولیت اجتماعی در نقطه مقابل بی‌تفاوتی قرار دارد؛ هرگاه معضل یا مشکلی در جامعه پدید بیاید،



هر شهروند مسئول وظیفه خود می‌داند برای رفع آن

جامعه محلی در حل مشکلات و ارتقای کیفیت زندگی آنها باشد. اهمیت همکاری با بخش خصوصی در رفع مشکلات اجتماعی روز به روز آشکارتر می شود. شرکت های تجاری و بخش خصوصی نیز به این نتیجه رسیده اند که تلفیق اهداف بهبود اجتماعی با استراتژی های کاری برای آنها، سودمند خواهد بود. از طرفی حضور و مشارکت شرکت های خصوصی در فعالیت های اجتماعی نشانه مسئولیت پذیری آنها در قبال جامعه و مشکلات آن است. فعالان اجتماعی باید برای ترویج مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها تلاش کنند و برنامه های مشخصی را برای آنان طراحی کنند تا صاحب یک شرکت هم بداند که او هم مسئولیت اجتماعی دارد و چگونه با همراهی در یک پروژه اجتماعی می تواند این مسئولیت را به جا آورد. ضمن این که این فعالیت همچنان برایش سودآور باشد. مطالعات مختلف نشان می دهد که ارتباطی دو طرفه بین شرکت و اجتماع وجود دارد. طبق نتایج این مطالعات، هرگاه شرکت ها در مسیر ارائه کمک و حمایت به جامعه نقش آفرینی کرده اند، جامعه نیز شرایط لازم برای کسب بازده توسط شرکت و توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری را فراهم می کند. در نتیجه، مسئولیت شرکت در قبال اجتماع هم برای خود شرکت و هم برای اجتماع سودمند است. ذی نفعان، از شرکت ها انتظار دارند اخلاق را در کسب و کار و فعالیت های خود رعایت کنند و مشتریان ترجیح می دهند از شرکت هایی که نسبت به مسئولیت اجتماعی خود توجه دارند، خرید کنند. به همین جهت، شرکت های پیشرو همواره کوشیده اند میان دغدغه اقتصادی خود و اجتماع محیط زیست نوعی تعادل ایجاد کنند و مسئولیت اجتماعی خود را جدی بگیرند. این شرکت ها به اهمیت ارتباط میان برند یا علامت تجاری خود

با مسئولیت اجتماعی شرکت واقف اند. زیرا مسئولیت اجتماعی شرکت نه تنها در میان جامعه و ذی نفعان نسبت به برند شرکت آگاهی ایجاد می کند، بلکه تصویری مثبت از آن را در اذهان پدید می آورد. این موضوع از یک سو عملکرد مالی شرکت را تحت تاثیر جدی قرار می دهد و آن را بهبود می بخشد و از سوی دیگر، به تقویت ذی نفعان و در شکلی فراگیرتر به حفظ و تقویت جامعه می انجامد. در واقع، سرمایه گذاری در

مسئولیت اجتماعی طیف گسترده ای از فعالیت های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیستی و امور خیریه را در بر می گیرد و افراد جامعه در هر سطح و طبقه ای، در قبال معضلات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می دهد مسئول هستند.

زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت، برخلاف پندار برخی، اقدامی هزینه بر نیست. بلکه، اقدامی مبتنی بر مدیریت استراتژیک، در جهت ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت و کمک به توسعه جامعه است. جامعه کل و به خصوص جوامع محلی از ذی نفعان بیرونی و مهم شرکت ها هستند. در این زمینه انتظار این است که شرکت ها در توسعه جامعه، بخش جدایی ناپذیر توسعه پایدار قلمداد شود. مسئولیت های اجتماعی گرچه امری کاملاً داوطلبانه بوده و تنها خود فرد باید نسبت به آن ها تصمیم گیری کند، اما باید به این نکته نیز توجه داشت که هرگونه تعهدی الزام آور است و سر باز زدن از آن به منزله کوتاهی و سهل انگاری تلقی می شود. علاوه بر این، تبعات ناشی از این سهل انگاری نیز گریبانگیر خود فرد نیز خواهد شد.

بسم الله الرحمن الرحيم ساخت، مقیمین مدرسه در مناطق محروم بنام شهدای بانک دی توسط شرکت عماد آغاز شد

مهندس سعید نوری مدیر عامل و نایب رئیس هیات مدیره شرکت عمران و مسکن آباد دی (عماد) در مصاحبه با خبرنگاران گفت: ساخت یک باب مدرسه در روستای باوریدن در شهرستان کنارک آغاز شد. مهندس نوری اظهار داشت:

باعنایت به لزوم توجه بیشتر برای محرومیت زدایی و توانمند سازی اقتصادی و اجتماعی در مناطق محروم با تصویب هیات مدیره بانک دی مقرر شد یک باب مدرسه بنام شهدای بانک دی در استان سیستان و بلوچستان ساخته و تحویل مردم عزیز آن منطقه شود. وی افزود:

طبق توافق با اداره نوسازی مدارس استان بعد از تحویل زمین و مراسم کلنگ زنی با حضور مسئولین محترم شهرستان کنارک، عملیات ساخت این مدرسه آغاز گردیده است. مهندس نوری با اشاره به اینکه شرکت عماد بعنوان زیر مجموعه بانک دی مسئولیت ساخت این مدرسه بعهده گرفته است، تصریح کردند: با بکارگیری نیروهای متخصص و مجرب عملیات ساخت این مدرسه را با دقت در استفاده از بهترین مصالح ساختمانی و نقشه های مهندسی با رعایت استانداردهای ساخت مدارس در کشور در زیربنای ۷۲ متر احداث خواهد کرد. وی اظهار امیدواری کرد این مدرسه حداکثر ظرف مدت ۴۰۰ ماه مراحل ساخت، تکمیل و تحویل صورت پذیرد تا دانش آموزان عزیز این منطقه از آن بهره مند شوند.

نوری خاطر نشان کرد: بانک دی که سهامداران اصلی آن خانواده معزز شهداء و ایثارگران می باشند برپایه مبنای اعتقادی ضمن انجام وظیفه در حوزه نظام بانکداری اسلامی در راستای تحقق فرامین مقام معظم رهبری جهت محرومیت زدائی و کمک به مردم شریف، طی دو سال اخیر توفیق ساخت و تحویل شش باب مدرسه در مناطق محروم و آسیب دیده از زلزله و سیل در استان های کرمانشاه، گلستان و لرستان را داشته است.



نمونه مدرسه ساخته شده در مناطق آسیب دیده از زلزله در غرب کشور

گزارش مشارکت اجتماعی شرکتی (CSR)

در شعب تا پایان اردیبهشت ماه ۱۴۰۰

مریم شقاقی

در عصر جهانی امروز است. مسئولیت اجتماعی بیانگر وظایف بنگاه اقتصادی در جهت حفظ و نگهداری محیط جامعه ای است که در آن زندگی می کنیم با رویکردی همه جانبه به امور اقتصادی، امور اجتماعی و تامین نیازها و خواسته های ذینفعان، پیشرفت کیفیت زندگی شهروندان و ... دیگر آن دوره که نیازهای جامعه صرفاً از طریق عرضه و تقاضای بازار تعیین گردد گذشته است و بنگاه های اقتصادی با طیف وسیعی از مسئولیت های ورای بازار روبرو هستند.

شرکتهای پیشرو تداوم حیات و موفقیت خود را در گرو تعهد به مسئولیت اجتماعی می بینند و با نگاهی آینده نگر، هزینه های مربوطه را به عنوان سرمایه گذاری انسانی و اجتماعی در نظر می گیرند.

امروزه شرکتهای بزرگ و معتبر در فضای بین المللی مسئولیت خود در برابر اجتماع محیط آن را جزیی اصلی از استراتژیهای سازمان خود تعریف می نمایند. مفهوم مسئولیت اجتماعی در اواسط قرن بیستم مطرح

شد. با وجود اینکه چندین دهه از این مفهوم میگذرد ولی هنوز در ایران جایگاه شایسته خود را پیدا نکرده و ضرورت آن به خوبی احساس نشده است.

توسعه این مفهوم در شرایط کنونی می تواند راه گشای بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران باشد. در سال های گذشته مسئولیت اجتماعی مفهومی

انتزاعی استنباط می شد و هنوز هم برای مدیران بسیاری از بنگاهها حالتی ایده آلیستی و غیر واقع بینانه دارد. پروفیسور جان تینبرگرن (برنده نوبل ۶۹ می گوید ایده آل گرایان امروز، واقع گرایان فردا خواهند بود. استانداردهای مسئولیت اجتماعی یک ضرورت حیاتی



مجمع خیرین سلامت کشور





معرفی انجمن حمایت از کودکان و نوجوانان توانیاب

انجمن حمایت از کودکان و نوجوانان توان یاب نهادیست غیر دولتی غیر انتفاعی و عام المنفعه که از سال ۱۳۷۸ فعالیت خود را با سه هدف محوری: توانبخشی به هنگام، برابری فرصت ها و پیشگیری ثانویه آغاز کرده است.

کارایی او به بالاترین حد ممکن به منظور دستیابی به زندگی مستقل در جامعه عرضه می گردد. ولی به تدریج در توانبخشی به این واقعیت توجه شد، که فراسوی شرایط جسمی یا روانی که مانع کارایی فرد ناتوان می شود، نیازها و توانایی های دیگری نهفته است؛ اخیرا علاوه بر شخص ناتوان به محیط اجتماعی زندگی شخص ناتوان نیز توجه زیادی می شود؛ زیرا محیط اجتماعی تا حد زیادی تعیین کننده عواقب ناتوانی است.

اهداف ما چیست؟

توانیاب سه هدف بنیادین را برای کمک به کودکان و نوجوانان معلول جسمی - حرکتی از بدو تولد تا ۱۶ سالگی دنبال میکند.

۱- پیشگیری ثانویه: اقداماتی است که از گسترش اختلال پس از وقوع جلوگیری می کند.

۲- توانبخشی: فرایندی است هدفدار که افراد دارای معلولیت را قادر می سازد و در بهترین شرایط، حداکثر توانایی خود را بازیابند و یا ارتقا بخشند.

۳- برابری فرصت ها: به فرایندی اطلاق میشود که از طریق آن نظام کلی جامعه و امکانات آن در دسترس تمام افراد دارای معلولیت به ویژه کودکان قرار

توانیاب کیست؟

از آنجایی که به کار بردن واژه معلول بار منفی به همراه داشت، انجمن توانیاب با ترکیب دو واژه خواستن و توانستن، توانیاب را برای افراد دارای محدودیت های جسمی - حرکتی به کار گرفت.



توانبخشی چیست؟

توانبخشی مجموعه ای از خدمات و اقدامات هماهنگ پزشکی، آموزشی، حرفه ای و اجتماعی که برای بازتوانی فرد معلول و ارتقای سطح

افراد، ایجاد زمینه مشارکت، اعتماد به نفس و رفع تبعیض‌های موجود اعم از سنتی، قانونی و آموزش حقوق بشر، حقوق شهروندی و مهارت‌های زندگی و همچنین آموزش و توانمندسازی کادر تخصصی در حوزه‌های مرتبط

وجه حقوقی

تلاش در جهت اجرایی شدن قوانین، ارائه نظر کارشناسی جهت تغییر یا افزودن قوانین مورد نیاز در حمایت کودکان دارای معلولیت در سطوح ملی و بین‌المللی و وجه اجرایی راه‌اندازی مراکز فنی - حرفه‌ای و توانبخشی در سطوح محلی و ملی

می‌گیرد. چشم‌انداز دستیابی به جامعه‌ای با کمترین افراد دارای معلولیت و شهرهایی با بهترین خدمات شهری برای دسترسی افرادی که با معلولیت زندگی می‌کنند. لابی با مسئولین و قانونگذاران برای تدوین قوانینی که زندگی بهتری را برای این افراد رقم بزند. توسعه این خدمات به شهرهای دیگر و کشورهای همسایه.

ماموریت

ارائه خدمات توانبخشی بهنگام (Golden Time) در زمان طلایی به‌منظور دستیابی به بهترین نتیجه ممکن برای یک زندگی مستقل برای کودکانی که با معلولیت زندگی می‌کنند، با توجه به حقوق انسانی کودکان، فارغ از جنس، نژاد، ملیت، مذهب و... در نهایت توانمند کردن کودک برای ورود به جامعه با بهترین شرایط جسمی، حرکتی ممکن، کار با خانواده برای ایجاد بهترین رابطه با کودک و آگاهی دادن به جامعه و مسئولین برای توجه به حقوق شهروندی این افراد. ماموریت انجمن توانیاب در چهار وجه زیر برنامه‌ریزی و دنبال می‌گردد:

وجه حمایتی

طراحی سیستمی که دسترسی به امکانات رفاهی، خدماتی و مددکاری را برای این افراد افزایش دهد و حمایت از مددجویان، توانبخشی و توانمندسازی آنان در

راستای خوداتکایی

وجه آموزشی و اطلاع‌رسانی: آموزش در سطوح مختلف جامعه، خانواده و فرد برای تغییر نگرش منفی نسبت به این



*فعالیت های تخصصی انجمن توان یاب

۱- توانبخشی ۱۰۰ درصد رایگان کودکان توانیاب شامل خدمات کاردرمانی گفتاردرمانی فیزیوتراپی مشاوره و روانشناسی نوروفیدبک و بیوفیدبک و مددکاری اجتماعی از بدو تولد تا ۱۶ سالگی

۲- توانمندسازی خانواده های دارای فرزندان توان یاب به خصوص مادران آن ها از دو طریق: - برگزاری کلاس ها و کارگاه های هفتگی با موضوعات آموزش مهارت های زندگی، تاب آوری، تربیت جنسی و ...

- برگزاری کلاس های حرفه آموزی نظیر خیاطی، ویتراپی و... جهت توانمندسازی مادران برای اشتغال و درآمدزایی

۳- استعدادیابی و پرورش استعداد کودکان دارای معلولیت در زمینه های نقاشی، موسیقی، مجسمه سازی و... جهت توانمندسازی این کودکان در جامعه و افزایش اعتماد به نفس و خودباوری آنها(همچنین برگزاری کلاس های آموزشی

برای آنها

۴- ارائه خدمات مددکاری و حمایتی معیشتی و کمک

توانبخشی برای مددجویان

-اهدای وسایل کمک توانبخشی شامل اسپلنت، کافو، ویلچر، کرنر سیت، استندینگ بورد، واکر، سمعک، تبلت و...

-رایزنی و ایجاد ارتباط با مراکز پزشکی و دارویی برای ارجاع مددجویان و بهره مندی رایگان از این خدمات مانند دندانپزشکی، داروخانه ها، مشاوره ژنتیک و متخصصین اطفال

-اعطای وام به خانواده کودکان معلول جهت اقدام برای درمان، آموزش و..

-پیگیری و رایزنی با آموزش و پرورش جهت ورود کودکان دارای معلولیت به مدارس و مناسب سازی مدارس.

-اهدای بسته های کمک معیشتی به صورت فصلی

۵- غربالگری و مشاوره آنلاین و از راه دور توانبخشی

۶- برگزاری کارگاه های آموزشی در جهت فرهنگ سازی برای پدیده معلولیت

۷- غربالگری سلامت و پایش رشدی مناطق محروم



۸- طرح های پیشگیری از معلولیت و آگاهی بخشی در جهت تولد نوزادان سالم

سایر فعالیت ها:

تاسیس شعب در سطح ملی

از اهداف اصلی و مندرج در اساسنامه انجمن توانیاب تاسیس شعب در نقاط مختلف کشور بر مبنای الگوی انجمن می باشد تا افراد مختلف بتوانند در سایر شهرها نیز از خدمات حمایتی بهره مند شوند.

از جمله مراکز تاسیس شده در این چهار سال: مرکز محیای آذر تبریز، مائده شیراز، کرج (خرید مکان تاسیس) و بم می باشد.

حضور و مشارکت در حوادث غیر مترقبه

زلزله بم

زلزله کرمانشاه در ابان ۱۳۹۶ از طریق

انجام خدمات حمایتی و ارسال

کالا و اقلام مورد نیاز زلزله

زدگان

سیل لرستان در فروردین

۱۳۹۸ از طریق ارسال

کالا و اقلام مورد

نیاز سیل زدگان و

عقد قرارداد برای

بازسازی خانه های

بهداشت روستاهای پل دختر

- همکاری های بین المللی

ارائه پروپوزال به سفارت استرالیا در آگوست

۲۰۱۷ و در پی آن اهدای دستگاه نورو فیدبک و

بیوفیدبک به کلینیک توانبخشی انجمن توانیاب

توسط سفارت استرالیا

شرکت در کنفرانس CSW 62,61 CSW,

CSW63 و ثبت نام در کنفرانس CSW64 که این

کنفرانس به علت شیوع بحران کرونا لغو شد.

پذیرش مقاله انجمن توانیاب در چهاردهمین

سمپوزیوم اروپایی کاشت حلزون

(ESPCI2019) نوامبر ۲۰۱۹



اعتماد سازی، چالش تحقق مسئولیت اجتماعی



داشته ایم به دلیل شفافیت و اعتماد سازی بوده است.»

در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

***مهم ترین اقدامات و اولویت های اتاق بازرگانی شیراز در زمینه مسئولیت اجتماعی چه بوده است؟**

اولین موضوعی که ما در زمینه مسئولیت اجتماعی دنبال کرده ایم موضوع حوادث غیر مترقبه بوده است. تلاش ما این بود که در زمینه حوادث غیر مترقبه سریع وارد میدان شویم و امداد رسانی کنیم. زلزله کرمانشاه، سیل در خوزستان و لرستان و حتی در استان فارس از جمله مواردی بود ما در امدادسانی به آسیب دیدگان فعالیت کردیم. اغلب این کمک ها نیز با همراهی مردم صورت گرفته است. به عنوان مثال در زلزله کرمانشاه در حدود صد کامیون محموله امدادی برای زلزله زدگان ارسال شده است.

در زمینه بازسازی نیز ما مبالغی را برای بازسازی مدارس پرداخت کردیم. موضوع دیگری که در دستور کار اتاق بازرگانی شیراز وجود داشته کمک به معیشت و اشتغال بوده است. این در حالی است که اشتغال و معیشت از

یلدا راهدار در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»: در زمینه تحقق مسئولیت اجتماعی با چالش اعتماد سازی مواجه هستیم.

عملکرد اتاق بازرگانی استان های کشور در زمینه مسئولیت اجتماعی حایز اهمیت است. این در حالی است که گزارش عملکرد این اتاق ها به مردم می تواند در تحقق و نهادینه کردن مسئولیت اجتماعی در کشور تأثیر گذار باشد. یکی از اتاق های بزرگانی استان ها که در سال های اخیر عملکرد مناسبی در زمینه مسئولیت اجتماعی داشته اتاق بازرگانی شیراز است که در مسابقه ای که بین اتاق های بازرگانی جهان در استرالیا برگزار شد موفق شد رتبه دوم این مسابقه را به دست بیاورد.

به همین دلیل رسانه مسئولیت اجتماعی برای بررسی عملکرد اتاق بازرگانی شیراز در زمینه مسئولیت اجتماعی با یلدا راهدار عضو هیئت ریسه اتاق بازرگانی شیراز گفت و گو کرده است.

راهدار معتقد است: «تا زمانی که در زمینه مسئولیت اجتماعی گزارش ارائه نکنیم نمی توانیم اعتماد سازی کنیم. اساس کمک های مردمی در موضوع مسئولیت اجتماعی شفافیت و اعتمادسازی است. بدون تردید اگر در زمینه استفاده از کمک های مردمی شفاف سازی صورت نگیرد بار دومی وجود ندارد و دیگر خیرین و فعالان اقتصادی اعتماد نمی کنند. یکی از دلایلی که در ما در همه این سال ها در زمینه مسئولیت اجتماعی تداوم

انداخته بودند و پس از مدتی با مشکلاتی مواجه شده بودند و چک های آنها برگشت خورده بود. در سال های اخیر یکی از برنامه های ما این بوده که در عید فطر هر سال با کمک دستگاه های اجرایی مرتبط پرونده زنان جرائم غیر عمد را بررسی می کنیم و هر سال تعداد مشخصی از این زندانیان را آزاد می کنیم.

پس از آزادی نیز به آنها مشاوره می دهیم و زمینه بازگشت آنها را به محیط کسب و کار فراهم می کنیم. از دیگر اقداماتی که در طول این سال های انجام شده تهیه لوازم التحریر برای دانش آموزان حاشیه شهر شیراز است. این وضعیت به تناسب در شهرستان ها نیز وجود دارد که برخی از دستگاه های اجرایی نیز در این زمینه به ما کمک می کنند.

*در مسیری که در پیش گرفته اید با چه چالش ها و موانعی مواجه هستید؟

یکی از مهم ترین چالش ها در این زمینه اعتماد سازی برای ذینفعان است که چگونه پولی که در اختیار ما قرار می دهند به جامعه هدف می رسد.

خوشبختانه در این زمینه ما خوب

عمل کردیم و گزارش های

شفافی ارائه کرده ایم.

به همین دلیل افرادی

که همواره کمک

می کنند هنوز

در کنار ما

هستند



جمله مهم ترین دغدغه های امروز جامعه است. به همین دلیل تلاش شده در راستای برنامه های هدفمند و از پیش تعیین شده در این زمینه فعالیت کنیم. استان فارس در سال های اخیر دچار خشکسالی شده و به دلیل اینکه اشتغال این استان تا حدود زیادی مبتنی بر کشاورزی است بسیاری از کشاورزان شغل خود را از دست داده اند. همین موضوع یکی از دلایل اصلی مهاجرت این افراد به شهرها و به خصوص مرکز استان بوده است.

اشتغال و معیشت

به همین دلیل ما برای حفظ اشتغال در روستاها برنامه های آموزشی، توانمند سازی و معیشت جایگزین را در نظر گرفتیم و در عمل نیز آن را اجرا کردیم که دستاوردهای خوبی به همراه داشت. در این زمینه در یک مسابقه که بین اتاق های بازرگانی جهان در استرالیا برگزار شد اتاق شیراز به عنوان یکی از اتاق های مطرح برگزیده شد و رتبه دوم این مسابقه را به دست آورد که یک دستاورد بزرگ برای اتاق بازرگانی شیراز بود.

موضوع دیگری که مورد توجه ما قرار داشته آزاد سازی زندانیان جرائم غیر عمد بوده است. این اقدام در ابتدا توسط کانون زنان بازرگان اتاق بازرگانی شیراز رخ داد. دلیل مهم این اقدام نیز این بود که در بررسی هایی که ما انجام دادیم متوجه شدیم تعداد بسیار زیادی از زنان به دلیل جرائم غیر عمد به خصوص جرائم مالی در زندان هستند.

بسیاری از این زندانیان نیز به دلیل رقم های پایینی در زندان بودند. این در حالی بود که برخی از این زنان مادر یا سرپرست خانواده بودند. برخی از این زنان کسب و کاری به راه

مسئولیت اجتماعی هستند. به عنوان مثال در موضوع مقابله با کرونا مطالبه اغلب استان های کشور مواد شوینده بود. یکی از مهم ترین مواد شوینده نیز الکل بود. این در حالی است که الکل در کشور ما سهمیه بندی است و تبادل آنها در جاده با حساسیت های زیادی همراه است. به همین دلیل کار برای ما سخت شده بود. موضوع دیگر درباره قیمت گذاری بود. به عنوان مثال در استان فارس قیمت مواد شوینده به صورت تعزیراتی بود. این در حالی بود که مواد شوینده که از استان های دیگر وارد می شد دارای نظم خاصی نبود فروشنده به دلیل سود بیشتر تمایل داشتند از مواد شوینده استان های دیگر استفاده کنند.

***ارائه گزارش از سوی نهادها و شرکت ها در زمینه مسئولیت اجتماعی چه تأثیری در نهادینه شدن و تعمیق مفهوم مسئولیت اجتماعی در جامعه دارد؟**
تازمانی که در زمینه مسئولیت اجتماعی گزارش ارائه نکنیم نمی توانیم اعتماد سازی کنیم. اساس کمک های مردمی در موضوع مسئولیت اجتماعی شفافیت و

اعتمادسازی است. بدون تردید اگر در زمینه استفاده از کمک های مردمی شفاف سازی صورت نگیرد بار دومی وجود ندارد و دیگر خیرین و فعالان اقتصادی اعتماد نمی کنند. یکی از دلایلی که در ما در همه این سال ها در زمینه مسئولیت اجتماعی تداوم داشته ایم به دلیل شفافیت و اعتماد سازی بوده است. ما به همه کسانی که از آنها کمک دریافت می کنیم گزارش ارائه می کنیم. این اقدام در مرحله نخست به دلیل اعتماد سازی است و در مرحله دوم در کمک کنندگان احساس خوشایندی به وجود می آورد.

و ما از کمک های آنها بهره می بریم. هنگامی که میزان پرداختی های صورت گرفته زیاد است باید در هزینه های لحاظ شده این افراد در سازمان دارایی ثبت شود.

به عنوان مثال در سال گذشته مبلغ قابل توجهی اتفاق بازرگانی شیراز برای کمک به مبارزه با کرونا در استان اختصاص داده که این مبلغ را نیز فعالان اقتصادی کمک کرده اند. به دلیل اینکه این مبالغ زیاد بوده باید این کمک ها در محاسبات هزینه های این افراد در سازمان دارایی



محاسبه شود. به همین دلیل باید سازمان های مربوطه اسناد و مدارکی ارائه کنند که این افراد به سازمان دارایی ارائه کنند. به عنوان مثال وزارت بهداشت که این کمک ها را از ما دریافت کرده باید اسناد و مدارکی به این افراد ارائه کند که این افراد در اختیار سازمان دارایی قرار بدهند. متأسفانه این روند به کندی انجام می شود و یا در برخی اوقات انجام نمی شود. در چنین شرایطی فعال اقتصادی علاوه بر اینکه کمک کرده باید مالیات هم پرداخت کند.

قوانین مزاحم تحقق مسئولیت اجتماعی

موضوع دیگر اینکه برخی از قوانین مزاحم تحقق

در موضوع مسئولیت اجتماعی با یکپارچگی مواجه نیستیم



رسانه مسئولیت اجتماعی بهداشت و درمان به عنوان اساس و زیربنای توسعه نظام سلامت هر جامعه است، که امروزه در اغلب کشورها به عنوان مهم ترین بخش مورد توجه می باشد.

دکتر پیرانی؛ رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی وزارت بهداشت

خوانید: ***موضوع مسئولیت اجتماعی از چه زمانی در نظام سلامت در دستور کار قرار گرفت و با چه رویکردی به مسیر خود ادامه داد؟**

همزمان با تشکیل حوزه اجتماعی در وزارت بهداشت که تقریباً در سال ۹۵ بود موضوع مسئولیت اجتماعی نیز یکی از مسائلی بود که در حوزه اجتماعی دنبال شد. بعد از تغییر وزیر در وزارت بهداشت از ساختار اجتماعی تنها اداره کل سازمان های مردم نهاد و خیرین سلامت باقی ماند. موضوع

این زمینه را در کنار فعالیت های صنعتی دیگر آغاز کرده اند. همچنین مدیران می توانند با استفاده درست از مولفه های سلامت سازمانی موجب بروز و تقویت مسئولیت اجتماعی در بین کارکنان شوند و به تبع آن موفقیت سازمان را تضمین نمایند

به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در حوزه بهداشت و سلامت «رسانه مسئولیت اجتماعی با دکتر داوود پیرانی مدیر مسئولیت اجتماعی وزارت بهداشت و امور آموزشی گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می

از آنجایی که بخش قابل توجهی از فعالیت های بهداشت و درمان در اجتماع و بین مردم صورت می گیرد شبکه بهداشت و درمان به عنوان یک نظام اجتماعی حساس و مهم، از جایگاه خاصی برخوردار هستند. از سوی دیگر بهداشت و سلامت از مهم ترین حوزه های صنعتی است و با توجه به آن که سلامت عموم جامعه به آن بستگی دارد، ورود به این حوزه و سرمایه گذاری در آن، یکی از مسئولیت های اجتماعی شرکت های بزرگ محسوب می شود؛ به همین دلیل شرکت های بین المللی فعالیت در

مهم ترین چالش در این زمینه عدم آشنایی بنگاه ها با این ظرفیت است. اغلب بنگاه ها با این حوزه آشنا نیستند و یا اگر آشنا هستند در حوزه های تأثیرگذار مسئولیت اجتماعی خود را ایفا نمی کنند.

ریشه این موضوع نیز فرهنگی است. واقعیت این است که در جامعه ارزش گذاری در این زمینه صورت نگرفته است. از سوی دیگر در زمینه آموزشی نیز دچار ضعف هستیم به صورتی که آموزشی در این زمینه در جامعه رخ نداده که مردم با این موضوع آشنا شوند و مسئولیت های خود را انجام بدهند.

نظام سلامت نیز دارای یک تاریخ چهار یا پنج ساله است که بنده در تمام این مدت با آن درگیر بوده ام. هنگامی که در یک زمین بکر یک مفهوم جدید وارد می شود بدون تردید یکی از چالش ها عدم آشنایی با این مفهوم خواهد بود. چالش بعدی این است که

در موضوع مسئولیت اجتماعی با انسجام و یکپارچگی مواجه نیستیم. هنگامی که درباره مسئولیت اجتماعی صحبت می کنیم یک طرف ماجرا بنگاه و شرکت های اقتصادی قرار دارند، یک طرف ماجرا نظام سلامت و وزارت بهداشت و طرف دیگر قضیه بخش هایی است که نیاز دارند. به عنوان مثال ممکن است یک بیمارستان نیاز به بخش شیمی درمانی داشته باشد. هنگامی که در این زمینه یکپارچگی وجود

مسئولیت اجتماعی نیز یکی از دغدغه های اصلی این اداره کل در سال های اخیر بوده است.

در این زمینه اقداماتی نیز انجام شد که مصداق بارز آن زلزله کرمانشاه بود که با مشارکت بالای شرکت ها و بنگاه ها صورت پذیرفت. موضوع دیگر در پاندومی کرونا بود که در زمینه مسئولیت پذیری شرکت ها کارنامه درخشانی در نظام سلامت شکل گرفت.

میزان قابل توجهی از ارزش ریالی مشارکت های مردمی جمع شده به موضوع مسئولیت اجتماعی اختصاص داشت. پس از مدتی ما در این اداره کل واحد مسئولیت اجتماعی را تشکیل دادیم و اداره مجزایی برای آن در نظر گرفتیم.

در چنین شرایطی دغدغه ما در وزارت بهداشت این است که با رویکرد مسئولیت اجتماعی بتوانیم به موضوع مشکلات حوزه سلامت مردم ورود کنیم. به همین دلیل نیز ظرفیتی که در گذشته در حوزه محیط زیست و مدرسه سازی بود را به حوزه سلامت منتقل کرده ایم.

***در مسیری که در حوزه مسئولیت اجتماعی در پیش گرفته اید با چه چالش هایی مواجه هستید؟**



بخش مهمی از زندگی انسان‌ها را تشکیل می‌دهد و همه انسان‌ها به شکل‌های مختلف با آن درگیر هستند. این وضعیت تنها در ایران وجود ندارد و بلکه در همه کشورهای جهان وجود دارد. ویروس کرونا اتفاقی بود که مسأله سلامت را برای بشر امروز پررنگ‌تر از گذشته کرد و سبب شد مردم کشورهای مختلف جهان توجه بیشتری به موضوع سلامت داشته باشند. بحران‌ها به خوبی به ما نشان داد که مسئولیت اجتماعی به چه اندازه می‌تواند در نظام سلامت تأثیرگذار باشد و به آن کمک کند. ما باید به عنوان یک بازوی کمکی در شرایطی که دولت نمی‌تواند کمکی انجام بدهد تأثیرگذاری خود را نشان بدهیم. باید یک رابطه «برد-برد» تعریف کنیم که در نهایت به سود سلامت مردم تمام شود. با توجه به اینکه این رابطه به سود سلامت مردم است ما در وزارت بهداشت همه تلاش خود را انجام خواهیم داد. تمرکز اصلی ما نیز روی پیشگیری و بهداشت و تقویت ساختارهای بهداشتی خواهد بود.

ندارد وضعیت پیچیده و سخت می‌شود که نیازمند هماهنگی و ارتباطات بیشتر است. چالش دیگر مشکلات قانونی و حاکمیتی است. ما هنوز در کشور برای موضوع مسئولیت اجتماعی قوانین متقن و بسته‌های تشویقی برای بنگاه‌های اقتصادی تدوین نکرده ایم. شرایط به شکلی است که هر سازمان در موضوع مسئولیت اجتماعی به صورت مستقل اقداماتی را انجام می‌دهد. بنده معتقدم اگر همه این نهادها به یکپارچگی برسند و دارای یک متولی واحد بشوند بسیاری از مشکلات و موانع موجود حل خواهد شد.

* برای عبور از این چالش‌ها چه دغدغه‌هایی دارید؟

تلاش ما این است که در زمینه مشارکت‌های اجتماعی هم راستا با کشورهای توسعه یافته گام برداریم. به همین دلیل موضوع مسئولیت اجتماعی یکی از دغدغه‌های اصلی ماست و برای آن برنامه ریزی‌های جدی انجام داده ایم. مهم‌ترین دغدغه ما در این زمینه پیشگیری و بهداشت است که تلاش می‌کنیم با کمک بنگاه‌ها و شرکت‌های دیگر این مسأله را به نتیجه برسانیم. دغدغه دیگر ما در زمینه مددجویی و حل مشکلات بیماران است که در این زمینه به مشارکت اجتماعی نیاز داریم.

دغدغه دیگر درباره حوزه سلامت است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند در این زمینه نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. اگر هر فردی با توجه به جایگاه و موقعیتی که دارد در این زمینه به ما کمک کند می‌توان به شکل‌گیری ساختارهای مناسبی در این زمینه امیدوار بود.

* با توجه به فرصت و چالش‌های پیش‌رو چه چشم‌اندازی را در موضوع مسئولیت اجتماعی در وزارت بهداشت مشاهده می‌کنید؟

موضوع سلامت برای همه بنگاه‌ها و نهادها دارای جذابیت است. سلامت



احیای مسئولیت‌های اجتماعی اقتصاد مقاومتی توسط وزیر صمت و مدیر عامل سایپا

رسانه مسئولیت اجتماعی: این تفاهم‌نامه در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری و پیاده‌سازی اقتصاد مردمی درون‌زا اجرا خواهد شد.



دیگر امضا کنندگان این تفاهم‌نامه بودند. تحقق بخشی به رویکرد دولت جهت دستیابی به عدالت اجتماعی و توسعه متوازن با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و طبیعی منطقه در کنار تکیه بر قابلیت و توانمندی‌های بومی و طبیعی در راستای مردمی و درون‌زا کردن اقتصاد منطقه و ارتقاء تاب‌آوری جامعه محلی از مهمترین اهداف این تفاهم‌نامه است.

توانمندسازی روستاییان با استفاده از ظرفیت‌های بومی، اولویت دادن به رفع محرومیت، حفظ عزت نفس و کرامت انسانی محرومان و رفع مشکلات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی محلات شهر کاشان از دیگر اهداف تفاهم‌نامه احیای مسئولیت‌های اجتماعی اقتصاد مقاومتی است.

تفاهم‌نامه احیای مسئولیت‌های اجتماعی اقتصاد مقاومتی که به امضای علیرضا رزم حسینی، وزیر صنعت، معدن و تجارت و سید جواد سلیمانی، مدیر عامل گروه خودروسازی سایپا رسید، دستیابی به توسعه متوازن منطقه‌ای جهت استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های بخش مردمی و غیردولتی را در دستور کار دارد.

آیت الله عباسعلی سلیمانی، نماینده ولی فقیه و امام جمعه کاشان، عباس رضایی، استاندار اصفهان، سید جواد ساداتی‌نژاد، نماینده مردم کاشان و آران و بیدگل در مجلس، روح‌الله دهقانی، دادستان کاشان، علی اکبر مرتضایی، فرماندار ویژه کاشان و ناصر آقامحمدی، مدیر عامل سایپا سیتروئن از

موضوع دیگر تعیین شده در این تفاهم‌نامه، جلب مشارکت‌های مردمی و توانمندسازی جوامع محلی به منظور معیشت پایدار و جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی است. / سایپا نیوز

سازد.

با این رویکرد در هر لحظه جای مخاطب و منبع خبر عوض می‌شود و سیال بودن فضای رسانه قالب دادن و جهت‌دهی به آن را با دشواری مواجه می‌سازد. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراوده با یکدیگر، فرایند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده و این مهم از اقتضائات رسانه‌ای بودن این فضا است. این تحولات اگرچه مایه افزایش ارتباط افراد با فضاهای رسانه‌ای بوده، ولی کار رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی رسمی را دشوارتر کرده است.

چرا که با مشارکت مستقیم شهروندان در امور رسانه‌ای، تغییر سلیق و ذائقه‌های ایشان شتاب بیش‌تری می‌یابد و هر رسانه‌ای ناچار است، خود را با گام‌های سریع آن هم‌قدم کند. پیمودن این مسیر، نیاز مبرمی به نوآوری و خلاقیت روزافزون و ارتباط مستقیم رسانه‌های حرفه‌ای با شکل‌های مردمی رسانه دارد که هرگز نباید از نگاه تیزبین اصحاب رسانه و کارکنان روابط عمومی مغفول بماند.

بی‌تردید ارتباطات در عصر نوین با پیدایش رسانه دیجیتال و تاثیر گذاری بر شبکه‌سازی مجازی توانسته، قله‌های نوینی را در دنیای ارتباطات فتح کند و بر نقش روابط عمومی به عنوان ابزار مدیریتی برای فعالیت‌های حرفه‌ای، علمی و الکترونیکی، تاکید دارد. از این رو آشنایی با اقتضائات روز و هم‌گامی با آن و به روز رسانی اطلاعات کارکنان و آموزش آن‌ها از اولویت‌هایی است که باید بدان توجه داشت.

استفاده از ظرفیت کارکنان روابط عمومی برای انتقال و دریافت اطلاعات به مشتریان و تعامل بهتر و سریع‌تر در بستر کانال‌ها و شبکه‌های مجازی به همراه نظارت و استفاده از کارشناسان خبره هر حوزه می‌تواند اثرگذاری دوجانبه داشته باشد. این نوع نگاه به دنیای رسانه و ارتباطات امروز بدان معناست که مسیری پرچالش و دشواری پیش روی ماست، اما بی‌شک فرصت‌های تازه‌ای را نیز پدید خواهد آورد که باید آن‌ها را غنیمت شمرد و برای رسیدن به چشم‌اندازهای پیش‌رو به کار گرفت.

احمد میرزایی

مدیر ارتباطات و امور بین‌الملل گروه صنعتی ایران خودرو

علم و هنر که آمیزه آن با خلاقیت در جذب مخاطب و پیشبرد هر آن‌چه روابط عمومی امروزی، سکاندار آن است تاثیر شگرف دارد. زبان روابط عمومی، به عنوان زبان گویا و زبان ارتباط با افراد و مخاطبان شناخته می‌شود، پس هر چه بهتر این زبان را بشناسیم با محیط پیرامون خود بیش‌تر و کاربردی‌تر ارتباط برقرار کنیم.

در سالیان اخیر با گسترش استفاده از گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی، هر شهروند به یک خبرنگار، نویسنده یا حتی اگر با وسعت نظر بیش‌تر نگاه کنیم، به یک رسانه تبدیل شده است. با رسانه‌های جدید و ظهور ابزارهایی چون هنر دیجیتال و واقعیت مجازی، تولید محتوا و نشر آن به وفور و خیلی سریع انجام می‌شود و بدین ترتیب هر کسی در هر جای دنیا می‌تواند صاحب یک رسانه باشد، در آن اثری از خود باقی گذاشته و یا حتی جریان و حرکتی نو را خلق کند و مخاطبان مختلف با زبان‌ها



و فرهنگ‌های متفاوت را با خود همراه



رسانه مسئولیت اجتماعی

«اتوبوس آمبولانس» گامی موثر در تحقق مسئولیت اجتماعی

اتوبوس آمبولانس یکی از امکانات پیشرفته اورژانس پیش بیمارستانی در صحنه حوادث و بحرانها می باشد. این اتوبوس آمبولانسها ویژه حوادث جاده ای و اورژانس ۱۱۵ بوده و دارای ۹ تا ۱۳ تخت برای رسیدگی و درمان حادثه دیدگان حوادث جاده ای و حوادثی چون زلزله و سیل می باشد که بعضاً قابلیت افزایش به ۱۵ تخت خواب را نیز دارد. یکی از مزایای اتوبوس آمبولانس این است که با تغییراتی در تجهیزات داخلی آن می توان با کمک حداقل ۳ دستگاه اتوبوس آمبولانس در کنار همدیگر یک بیمارستان صحرائی سیار ایجاد کرد.

سید رضا جمشیدی؛ روزنامه نگار

رویکرد مسئولیت اجتماعی که در شرکت ایران خودرو وجود دارد باعث شده که تدابیری برای لحظات و روزهای سخت مردم در نظر گرفته شود که یکی از آنها تولید اتوبوس آمبولانس است. سازمانهای متعالی، با بکارگرفتن معیارهای تعالی سازمانی به عنوان چارچوبی برای مدیریت سازمان خود، که همه زوایای آنرا پوشش میدهد، به سوی تعالی حرکت میکنند و به مفاهیم محوری

گروه صنعتی ایران خودرو با همت و تلاش مجموعه سازندگان داخلی، در مدت کوتاهی موفق به خودکفایی و تولید انبوه اتوبوس آمبولانس شد. تولید داخل این محصول علاوه بر تقویت ناوگان امدادی و ارتقای کیفیت خدمات اورژانس پیش بیمارستانی، سبب حذف ارزبری خرید آمبولانس و اتوبوس آمبولانس از منابع خارجی شده است. این اتوبوسها دارای ۹ تخت بیمار با تجهیزات کامل از جمله تخت است که نیازهای درمانی هموطنان به ویژه در شرایط بحرانی مانند تصادفات زنجیره ای، بلایای طبیعی سیل و زلزله را مرتفع خواهد کرد. اتوبوس آمبولانس های تولیدی ایران خودرو دیزل همچنین دارای استانداردهای فنی و آلایندگی روز و برابر با انواع مشابه خارجی بوده و از تجهیزات و امکانات رفاهی مناسبی بهره می برد. با توجه به جنبه خدماتی این محصول ایران خودرو که بیشتر در شرایط سخت و دشوار به کمک مردم خواهد آمد این اقدام شرکت ایران خودرو را باید در راستای رسالت مسئولیت اجتماعی ارزیابی کرد.

منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی آن استفاده می کنند.

بر خلاف نگاه سنتی به مدیریت و کسب و کار، سازمان‌ها دیگر فقط در مقابل سهامداران شان مسئول نیستند و نباید فقط به افزایش سود کوتاه مدت سهامداران خود بیندیشند. بدین ترتیب انتظار می رود سازمان‌ها که در ارتباط با ذینفعان دیگری نیز هستند، خواسته‌های مشروع آن‌ها را هم مورد لحاظ قرار دهند. هر چند هدف اصلی سازمانها، افزایش کارآیی و کسب سود است، ولی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی سازمان تلفیق کنند تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان پذیر سازند. پایبندی رهبران و مدیران سازمان‌ها به اصول اخلاقی، توجه به میزان مشروعیت اقدامات سازمان از نظر کارکنان، توجه و تأکید بر اصول اخلاقی جهان شمول، تدوین منشور اخلاقی سازمان، اقدامات متناسب و سازگار با خواست و حساسیت‌های جامعه، برنامه‌های آموزش اخلاقیات برای مدیران و کارکنان، از جمله اقداماتی است که مدیران می توانند در این زمینه انجام دهند.

مانند نیاز به اتوبوس آمبولانس که تاکنون کمتر مورد توجه قرار گرفته اما از ضروریات زندگی مردم به خصوص در بحران‌ها بوده در دستور کار قرار گرفته است. اتفاقی که می تواند به یک الگو برای دیگر شرکت های صنعتی و تجاری تبدیل شود. به صورت طبیعی مهم ترین هدف یک شرکت تجاری و صنعتی کسب سود است. با این وجود رسالت مسئولیت اجتماعی شرکت های ایجاب می کند این کسب سود همراه با خدمت رسانی و کمک به مردم جامعه باشد. تنها در چنین شرایطی است که کسب سود یک شرکت با رضایت و رفاه شهروندان یک جامعه همراه می شود. بدون تردید سازمان‌ها در مقابل جامعه ای که در آن فعالیت می کنند مسئول هستند؛ چرا که از

تعالی سازمانی، در فضائی که مبتنی بر اصول ارزش های اخلاقی است، عینیت میبخشند. این سازمانها، دستیابی به اهداف پایدار را در گرو اجرای رویکردهائی میدانند که در چارچوب معیارهای تعالی سازمانی یکپارچه شده باشند و همواره بهبود یابند.

مسئولیت اجتماعی به عنوان یکی از ارکان اصلی تعالی سازمانی، امروزه جایگاه بسیار پررنگ و مهمی در راس خط مشی ها و استراتژی شرکتها و سازمانها یافته است. برای سازمانهای متعالی، حفظ ارزشهای اخلاقی و رفتار سازمانی مبتنی بر بالاترین استانداردهای اخلاقی در قبال ذی نفعان و گستره جامعه، شفاف، پاسخگو بودن و مسئولیت پذیری در برابر آنها را یکی از پایه های پایداری سازمان می دانند. به نظر می رسد این رویکرد در شرکت ایران خودرو در حال باروری و تعالی قرار گرفته و اندیشیدن به نقاط کوری



عذرخواهی شرکت بهره‌برداری مترو به دلیل نقص فنی قطار در خط ۳ مترو

دانستنی آنلاین: نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل
شرکت بهره‌برداری متروی تهران و حومه گفت:
نبود پایانه مهم ترین مشکل در خط ۳ متروی تهران
است.

در ساعت پیک مسافری اتفاق افتاده بوده که باعث شد
ازدحام جمعیت را شاهد باشیم.
مدیرعامل شرکت بهره‌برداری متروی تهران و حومه
خاطر نشان کرد: شهروندان و مسافران نگران نباشند، پیگیر
رفع مشکل نبود پایانه در این خط هستیم، امیدواریم هرچه
زودتر این موضوع حل شود.



به گزارش پایگاه خبری دانستنی آنلاین به نقل
از مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شرکت بهره
برداری متروی تهران و حومه؛ علی عبدالله پور
ضمن عذرخواهی از شهروندان و مسافران افزود:
روز سه شنبه ۴ خردادماه ۱۴۰۰ ساعت ۷:۳۷ یکی از
قطارهای خط ۳ از سمت آزادگان دچار نقص
فنی شد و تا خارج کردن این قطار از سیستم
حدود پانزده دقیقه سرویس دهی در این خط با
تاخیر انجام شد.

وی تصریح کرد: دلیل طولانی شدن زمان خارج
کردن قطار از مسیر به دلیل نبود پایانه بود، اما با
تلاش همکاران در اولین فرصت این مشکل رفع و
حرکت قطارها به حالت عادی بازگشت.

عبدالله پور افزود: تصاویر منتشر شده از ازدحام
جمعیتی که در ایستگاه متروی تئاتر شهر در شبکه
های اجتماعی منتشر شده، بخاطر تقاطعی بودن
این ایستگاه با خط ۴ است. همچنین این موضوع

فریال مستوفی در گفت و گو با رسانه مسئولیت اجتماعی:

مسئولیت اجتماعی باید به استراتژی محوری در

شرکت‌ها تبدیل شود



فریال مستوفی تنها زن ایرانی است که مالکیت بزرگ‌ترین معدن ایران را دارد و پروژه‌ای که بهره‌برداری از آن را آغاز کرده، برای ۱۰ هزار نفر به صورت مستقیم و غیر مستقیم شغل ایجاد می‌کند. فریال مستوفی با تحصیلات فوق لیسانس در رشته آمار و اقتصاد توانسته است با فعالیت در شرکت‌های هلدینگ که در گروه معادن و صنایعی که از معادن بدست می‌آید، به سمت مدیر عاملی این شرکت هلدینگ که در سال ۱۳۷۲ تاسیس شده است، برسد. ایشان همچنین توانسته است عضو هیات مدیره اتاق بازرگانی ایران و چین

باشد و در کمیسیون سرمایه گذاری اتاق بازرگانی ایران و چین بسیار موثر و کارآمد عمل کند. او عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در دوره هفتم و هشتم نیز بوده است. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی نقش مفهوم مسئولیت اجتماعی در حاکمیت شرکتی و چالش‌های آن در ایران رسانه مسئولیت اجتماعی با این کارآفرین برجسته کشور گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می‌خوانید.

*نقش مسئولیت اجتماعی در تقویت کسب و کارها چیست؟

امروزه تأثیر شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی تلقی می‌شود و انتظارات ذینفعان از نقش کسب و کارها در جامعه در حال افزایش است. رهنمودها، اصول و قوانین و مقررات برای رفتار شرکتها در جامعه نیز به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی درباره عملیات شرکت و اثرات این

عملیات بر جامعه در حال توسعه است. مسئولیت اجتماعی شرکت به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پایدار فراسوی الزام‌های قانونی اشاره دارد و روشی برای کاهش شکاف بین شرکت و انتظارات ذینفعان است. رواج مفهوم مسئولیت اجتماعی به هفت دهه قبل یعنی دهه ۱۹۵۰ میلادی برمی‌گردد اما این مفهوم هم‌چنان در حال تکامل و نمو است. به طور کلی مسئولیت اجتماعی بیانگر آن است که کسب و کارها دغدغه‌های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی را در ارزشها، فرهنگ، راهبردها، تصمیم‌ها و عملیات شرکت به طور شفاف یکپارچه کرده و رویه‌هایی بهتری برای شرکت تدوین کنند که منجر به پاسخگویی شرکت در این حوزه‌ها شده و از طرفی به صورت سامانمند تداوم یافته و با تغییر مدیریت دچار افول نشود.

***مسئولیت اجتماعی شامل چه گستره‌ای می‌شود؟**



اقدامات برای حفاظت و ترمیم محیط زیست مانند کاشت درخت و حفظ مراتع و زمین‌های کشاورزی و جنگل و اکوسیستم، می‌توانند عملکرد زیست محیطی خود را با جلوگیری از نشر آلودگی در هوا، ممانعت از تخلیه ضایعات در آب، مدیریت پسماندها، عدم استفاده یا دفع مواد

شیمیایی خطرناک و سمی و سایرهای آلودگی ناشی از فعالیت خود در طبیعت بهبود بخشند.

۶. مرتبط با جامعه: مسئولیت شرکتها در قبال جامعه و تلاش برای رفع مسائل اجتماعی که در قالب مشارکت در امور خیریه، کمک به افراد و گروه‌های اجتماعی نیازمند، حمایت از سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی نظیر پشتیبانی از فعالیتهای هنری، مدارس، دانشگاه‌ها و تیمهای ورزشی نمود می‌یابد. همچنین در زمان بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی نظیر سیل، زلزله، آتش سوزی‌ها و... از شرکتها انتظار می‌رود نقش مسئولانه‌تر و بیشتری عهده‌دار شوند.

پیشرفت مفهوم مسئولیت اجتماعی در کشورهای توسعه یافته به چه صورت بوده است؟

طبق تعریف کمیسیون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت بیانگر تأثیرگذاری آن بر جامعه است، برای اجرای این مهم، شرکت باید ارتباط تنگاتنگی با ذینفعان خود برقرار کرده و فرایندهایی را برای یکپارچه‌سازی ملاحظات و دغدغه‌های اجتماعی، اخلاقی، زیست محیطی، انسانی، حقوق بشری و مسائل مصرف کنندگان با عملیات تجاری و راهبردهای کلیدی خود به کار گیرد. از طرفی حاکمیت شرکتی به معنای سیستمی است که شرکت به عنوان یک سازمان برای تصمیم‌گیری و اجرای تصمیم‌های خود و برای پیگیری اهداف خود از آن استفاده می‌کند. مسئولیت

مسئولیت اجتماعی گستره وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود اما می‌توان آن را در حوزه‌های زیر دسته‌بندی کرد:

۱. مرتبط با سهام‌داران: شامل اهتمام جهت افزایش سود و ارزش هر سهم و همچنین رشد پایدار و سودآوری بلندمدت است.

۲. مرتبط با مشتریان: این حوزه شامل اهتمام به مدیریت کیفیت، تولید محصولات بادوام و دوستدار محیط زیست، نوآورانه و ایمن، مشتری‌مداری و بهبود مستمر است.

۳. مرتبط با کارکنان: شامل مهیا کردن فضای کاری منصفانه و رفتار متعادل با کارمندان برای افزایش رضایت آنها و بهره‌وری که در قالب فراهم کردن محیط کاری ایمن و جو منصفانه، شرایط برانگیزاننده، مشارکت کارمندان در تصمیم‌گیری‌ها و توجه به خانواده نمود می‌یابد.

۴. مرتبط با تأمین کنندگان: شامل رعایت مسئولیت در قبال تأمین کنندگان که منجر به الزام انتخاب آگاهانه و ارزیابی مداوم تأمین کنندگان برای شرکت می‌شود.

۵. مرتبط با محیط زیست: شامل اقدامات در جهت حفاظت از محیط زیست که در قالب مدیریت ضایعات، مدیریت مصرف انرژی و اصلاح فرایندهای تولیدی نمود می‌یابد. شرکت‌ها نمی‌توانند مسائل و مشکلات محیطی که در آن فعالیت می‌کنند را نادیده بگیرند و علاوه بر

* گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی بر حاکمیت شرکتی در ایران با چه چالش‌هایی مواجه است؟

در ایران به دلیل ساختار حاکم بر فضای اقتصادی و نقش پررنگ دولت در ابعاد مختلف اجتماعی - اقتصادی، برخی شرکت‌ها، انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را خارج از حیطه خود دانسته و آن را از وظایف دولت می‌دانند. علاوه بر این بخشی دیگر از کسب و کارها مسئولیت اجتماعی را هزینه به حساب آورده و فکر می‌کنند موجب مصرف منابع و کاهش توان رقابتی آنها می‌شود.

گسترش مسئولیت اجتماعی در کسب و کارهای ایرانی از چندین وجه می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. از یک طرف باید نقش بیشتری در اقتصاد به بخش خصوصی داد و شرکت‌ها وقتی ببینند که نقش پررنگ تری در اقتصاد دارند، احساس مسئولیت بیشتری کرده و نقش‌های مسئولیت اجتماعی را پررنگ‌تر ایفا می‌کنند. از طرف دیگر برخی از شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی هنوز در این حوزه‌ها ورود نکرده‌اند و برای نمونه هنوز حقوق مخاطبان و مراجعان در این شرکت‌ها رعایت نمی‌شود. بنابراین خود دولت باید به عنوان کسی که بیشترین سهم را در اقتصاد دارد وارد عمل شده و نقش‌های مسئولیت اجتماعی را در حکمرانی شرکت‌های خود جاری سازد تا به عنوان الگو برای سایر شرکت‌ها نیز عمل کند. از طرفی به شرکت‌های خصوصی نیز باید آموزش و اطلاع‌رسانی شود تا متوجه شوند اهتمام به مسئولیت اجتماعی می‌تواند موجب مزیت‌های رقابتی برای آنها شده و تنها به عنوان هزینه به آن نگاه نکنند. آنان باید آگاه شوند که توسعه پایدار در حال تبدیل به روند و چالشی مهم در کسب و کارها و نقش آنها در جامعه است و شرکت‌ها برای اثرات اعمال و فعالیت‌هایشان بر محیط جامعه باید متعهدتر و مسئولانه‌تر عمل کنند.



اجتماعی شرکت از طریق این سیستم در شرکت توسعه می‌یابد. حاکمیت سازمانی مهم‌ترین عامل در توانمند کردن شرکت برای مسئولیت‌پذیری در قبال تأثیرات و پیامدهای تصمیم‌ها و فعالیت‌های آن و یکپارچه کردن این نوع مسئولیت در سراسر شرکت است که از طریق مکانیزم‌های رسمی و غیر رسمی جریان می‌یابد. در مکانیزم رسمی، ساختار و فرآیندهای رسمی و قانونی سازمان دخیل است و در مکانیزم غیررسمی، فرهنگ و ارزش‌های شرکت و جو سازمان مورد توجه قرار می‌گیرد. بنابراین حاکمیت شرکتی نقش مهمی در جاری سازی مسئولیت اجتماعی در شرکت دارد و شرکت‌ها برای دستیابی به این مهم نیازمند آن هستند رویه‌ها و اقدامات معینی را در دستور کار قرار دهند.

* برای نهادینه کردن مفهوم مسئولیت اجتماعی چه باید کرد؟

در قدم نخست آنها باید تعهد به مسئولیت اجتماعی را در استراتژی‌ها و اهداف کلان شرکت متبلور ساخته و سیستمی از

مشوق‌های اقتصادی و غیر اقتصادی برای عمل بر اساس مسئولیت اجتماعی را در شرکت طراحی کنند و مشوق‌های لازم را برای درگیری تمامی سطوح شرکت در موضوع مهم مسئولیت اجتماعی تدارک ببینند. همزمان با آن محیط و جو سازمان را نیز برای تعهد به مسئولیت اجتماعی هماهنگ ساخته و آن را پذیرای این نقش سازند. هم‌چنین از منابع شرکت استفاده بهینه داشته و بین نیازهای شرکت و ذی‌نفعانش تعادل ایجاد کند. در نهایت باید برای گروه‌هایی که معمولاً مورد اجحاف قرار می‌گیرند همانند زنان و اقلیت‌ها، به منظور احراز مناصب بالاتر فرصت عادلانه فراهم سازد.

سیمین حمزه وند در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

بزرگ‌ترین چالش‌های مسئولیت اجتماعی انجام آن به شکل سنتی است

بخش جدایی‌ناپذیر خط مشی این موسسه بوده و خواهد بود و در هیچ شرایطی از هرگونه اقدامی که با این ویژگی مطابقت نداشته باشد، استقبال نخواهد کرد. البته همیاران بنیاد کودک می‌توانند از هر قشر، هر ملیت و با هر مرام سیاسی و مذهبی باشند. اما موسسه هیچ‌گونه اقدام و یا جهت‌گیری، علیه گروه خاصی را نخواهد پذیرفت. هرگونه همیاری مادی یا معنوی نیز با احترام به نیت نیک فرد یا سازمان ارائه دهنده که با هدفی غیر از کمک به دانش‌آموزان کم‌برخوردار باشد، پذیرفته نخواهد شد. به همین دلیل و برای بررسی فعالیت‌های بنیاد کودک در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی، رسانه مسئولیت اجتماعی با سیمین حمزه وند... بنیاد کودک گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می‌خوانید.

بنیاد کودک از سال ۱۳۷۳ در ایران و آمریکا فعالیت خود را آغاز کرده است. این مؤسسه، یک مؤسسه خیریه مردم‌نهاد، غیردولتی، غیرسیاسی، غیرانتفاعی، فرامذهبی و فرامرزی است که رویکردی کاملاً انسان‌دوستانه دارد. هدف این مؤسسه دستیابی به این آرمان است که «هیچ دانش‌آموز با استعدادی به دلیل مشکلات اقتصادی از تحصیل و تلاش باز نماند. این مؤسسه با دریافت مجوز ملی از وزارت کشور توانست دامنه‌ی فعالیت خود را به بسیاری از استان‌ها بگستراند و اینک ۳۶ نمایندگی در شهرهای مختلف کشور دارد. خط مشی موسسه خیریه بنیاد کودک، همواره بر اهمیت به تحصیل و آموزش استوار بوده است. این مؤسسه تلاش می‌کند تا با حفظ کرامت انسانی دانش‌آموزان، از «نیازمند پروری»، پرهیز و آن‌ها را در ساختن آینده‌ای با چشم‌اندازهای روشن یاری کند. بنیاد کودک یک سازمان غیر انتفاعی و غیردولتی است و این ویژگی،



*رابطه مسئولیت اجتماعی با امور خیریه چیست؟ چرا برخی مسئولیت اجتماعی را مترادف با امور خیریه تصور می‌کنند؟ آیا آن تصور صحیح است؟

مسئولیت اجتماعی و امور خیریه رابطه بسیار نزدیکی با هم دارند. به اندازه‌ای که گاهی مترادف با یکدیگر به کار می‌روند. به طور کلی نیکوکاری در ایران امری دیرین است و به طرق مختلف در ادوار گوناگون تاریخ ایران تجلی یافته است. اگرچه واژه مسئولیت اجتماعی نسبت به امور خیریه مفهومی نوین است؛ اما در معنا انجام امور خیر و نیکو برخاسته از مسئولیت اجتماعی فردی و

است به جای ساخت مدرسه در آن مناطق و یا ارائه کمک های فردی و... با حمایت از موسسات مردم نهاد که در این زمینه سال ها فعالیت کرده اند و صاحب تجربه و اندیشه اند، کمک های خود را دو چندان اثربخش کنند.

*بنیاد کودک در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی چه فعالیت هایی انجام داده است؟

بنیاد کودک طی ۲۶ سال فعالیت انسان دوستانه ی خود تنها یک مأموریت را در دستور کار خود قرار داده و آن حمایت از دانش آموزان با استعداد کم برخوردار است. تمام فعالیت های این موسسه مستقیم و غیرمستقیم در راستای حمایت تحصیلی دانش آموزان صورت می پذیرد. از حمایت مالی جهت ادامه ی تحصیل آنها گرفته تا تأمین مایحتاج زندگی خانواده هایشان که غیرمستقیم ادامه تحصیل آنها را هموار می سازد. این امر تنها با تحقق مسئولیت اجتماعی هزاران همیار نیک اندیش حقیقی و حقوقی بنیاد کودک امکان پذیر است.

*آیا بنیاد کودک به خوبی از طرف نهادهای دولتی حمایت می شود؟ در این زمینه چه چالش هایی وجود دارد؟

به طور کلی ذات موسسات مردم نهاد، مردمی است و قرار نیست کمک های دولتی دریافت کنند. بلکه NGOها در بخش هایی که به هر دلیلی کمتر به آنها توجه شده وارد می شوند و با حمایت های مردمی به ترمیم آن می پردازند. مثلاً بنیاد کودک به عنوان یک موسسه مردم نهاد به بخشی از جامعه که ممکن است از تحصیل باز بماند کمک می کند. بنابراین کمک های موسسات مردم نهاد همان طور که از نامش بر خاسته است از جانب مردم تأمین می شود. ذاتاً کمک دولت به یک سازمان مردم نهاد دچار تناقض معنایی است و این تناقض ممکن است سبب شود رسالت آن سازمان به درستی انجام نگیرد.



گروهی است. از آنجا که دو واژه ی مسئول و اجتماع این عبارت را تشکیل می دهد، پس می توان وجوه مشترکی بین آن با فعالیت های خیرخواهانه یافت. با این همه تفاوت هایی نیز بین این دو وجود دارد. یعنی الزاماً مسئولیت اجتماعی به معنای امور خیرخواهانه نیست. مثلاً پیروی از قانون، کمک به حفظ محیط زیست و به روزترین آن یعنی حفظ فاصله فیزیکی برای جلوگیری از انتشار ویروس کرونا از مصادیق مسئولیت اجتماعی هستند که خارج از معنا و مفهوم نیکو کاری به کار می روند.

*نقش مسئولیت اجتماعی در کمک رسانی به کودکان برای تحصیل چیست؟

همانطور که اشاره شد امور خیریه نیز برگرفته از مسئولیت اجتماعی است. به عبارت دیگر حمایت از تحصیل دانش آموزان مستلزم بینش، فهم و خردی است که از مسئولیت اجتماعی افراد و شرکت ها ناشی می شود. تمام همیاران بنیاد کودک در حمایت از تحصیل دانش آموزان بورسیه یک نقطه اشتراک دارند و آن دغدغه ادامه تحصیل دانش آموزان با استعداد کم برخوردار است و این دغدغه خود برگرفته از مسئولیت اجتماعی آنهاست.

*در این زمینه چه موانع و چالش هایی وجود دارد؟

یکی از بزرگ ترین چالش های مسئولیت اجتماعی انجام آن به شکل سنتی است. یعنی افراد و شرکت ها به صورت خودجوش در این زمینه ورود و فعالیت می کنند. اگرچه ماهیت این امر قابل تقدیر است؛ اما ممکن است به اندازه ای که انرژی صرف و هزینه می شود، نتیجه بخش نباشد. اما می توان برای ایفای بهتر مسئولیت اجتماعی آن را برون سپاری کرد. به عنوان مثال اگر فرد یا سازمانی دغدغه ی تحصیلی دانش آموزان در مناطق کم برخوردار را دارد، پسندیده



سید رضا اکرمی در گفت و گو
با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

جلوگیری از گران شدن کالاهای اساسی مسئولیت اجتماعی است

حجت الاسلام سید رضا اکرمی رئیس شورای فرهنگی نهاد ریاست جمهوری، مشاور عالی وزیر کشور در امور روحانیت و نماینده پنج دوره مجلس شورای اسلامی است. برای بررسی وضعیت مسئولیت اجتماعی در شرایط بحران ها و تشدید مشکلات در کشور «رسانه مسئولیت اجتماعی» با ایشان گفت و گو کرده است. حجت الاسلام اکرمی معتقد است: «جلوگیری از گران شدن کالاهای اساسی یک مسئولیت اجتماعی است. اگر قرار است جلوی گرانی را هم بگیریم باید اراده کافی در بین مسئولان وجود داشته باشد. باید مشخص شود چرا برخی کالاها به یکباره قیمت نجومی پیدا می کند و چه دست هایی در پشت پرده وجود دارد. به عنوان مثال چرا به یک باره قیمت خودرو در کشور به شدت افزایش پیدا می کند و مناسبات اقتصادی جامعه را به هم می ریزد. باید دلیل این مسائل مشخص شود و نتایج آن به مردم ارائه شود». در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

***مسئولیت اجتماعی باید در زمان بحران ها و تشدید مشکلات خود را نشان دهد. آیا برای بهبود مشکلات کنونی جامعه مسئولیت اجتماعی وجود دارد؟**

باید از وضعیتی که امروز در کشور رخ داده نگران بود و برای آن راه حل پیدا کرد. در شرایط کنونی مهم ترین مشکل مردم جامعه دغدغه های معیشتی مردم است. این در حالی است که وضعیت جامعه به شکلی شده که هر فردی براساس سلیقه ای که دارد برای

دیگران تعین تکلیف می کند و اجناس را گران می کند این رفتار برخلاف مسئولیت اجتماعی است. هنگامی که واقعیت های جامعه را مورد توجه قرار ندادیم حتی اگر بهترین قانون هم نوشته شود وضعیت تغییری نخواهد کرد. امروز ما در وضعیت جنگ اقتصادی قرار داریم و به همین دلیل باید مسئولیت بیشتری نسبت به هم نوعان خود داشته باشیم. ما باید در مرحله نخست به ظرفیت ها و توانایی های داخلی خودمان تکیه کنیم و در مرحله بعد به تغییر سیاست ها در کشورهایی مانند آمریکا توجه کنیم. هنگامی که ما در سال گذشته در حدود هجده میلیون تن مواد دورریز داشته ایم چگونه می توانیم



به
بیرون از
کشور نگاه داشته

باشیم. در زمینه مصرف نیز ما در وضعیت مناسبی قرار نداریم و نسبت به کشورهای دیگر جهان مصرف زیادتری داریم. تشدید مصرف گرایی یکی از موضوعات مهمی است که برخلاف مسئولیت اجتماعی است. ما نمی توانیم شعار مرگ بر آمریکا بدهیم اما میزان وارداتمان روز به روز افزایش پیدا کند. ما باید رفتار و سیاست های خود را تغییر بدهیم.

***چگونه می توان در چنین شرایطی مسئولیت اجتماعی را تقویت کرد؟**

ما در کشور دارای ظرفیت های زیادی هستیم و این ظرفیت ها حتی در شرایط کرونا نیز وجود دارد. در شرایط کنونی ما می توانیم کشور را با مالیات و صادرات غیر نفتی به صورت عالمانه اداره کنیم. از سوی دیگر باید جلوی بسیاری از واردات غیر ضروری را بگیریم و اجازه ندهیم قاچاق در سیستم اقتصادی کشور تأثیر گذار باشد. واحد پول کشور ریال است نه دلار. کسی نباید به بهانه افزایش قیمت دلار کالاها را به مردم گران بفروشد. جلوگیری از گران شدن

*به نظر شما مسئولیت اجتماعی چه کمکی می توانست به دغدغه های معیشتی مردم در دوران تحریم کند؟

اگر توانایی های داخلی خود را افزایش بدهیم و به آنها تکیه کنیم هیچ کشوری در جهان نمی تواند ما را تحت فشار قرار دهد. اگر ما زیر پای خود را محکم کنیم می توانیم در مقابل هر کشور و رئیس جمهوری از منافع خود دفاع کنیم در غیر این صورت با مشکلات بیشتری مواجه خواهیم شد. نکته دیگر اینکه ما در کشور با چالش بزرگ فراقکنی مسئولان مواجه هستیم که تاکنون نیز مرتفع نشده است. به عنوان مثال هنگامی که قیمت یک کالا افزایش پیدا می کند مسئولیت اجتماعی ایجاب می کند مسئولان به دنبال دلایل و مرتفع کردن آن باشند. این در حالی است کسی به دنبال دلیل آن نیست که آیا عرضه آن کالا کاهش پیدا کرده و یا اینکه برخی افراد سودجویی می کنند. از سوی دیگر با بلای مصرف زدگی و مصرف گرایی در کشور مواجه هستیم. برخی از افراد و خانواده ها در مصرف کالاها اسراف می کنند. این اسراف در زمینه های مختلف نیز وجود دارد. در چنین شرایطی مسئولان نیز فراقکنی می کنند و به جای اینکه به دنبال راه حل باشند یکدیگر را مقصر معرفی می کنند. قانون باید در این زمینه فصل الخطاب باشد. همه مسئولان باید براساس قانون عمل کنند. در چنین شرایطی است که می توان به حل مشکلات کشور امیدوار بود. امروز کشور با مشکلات مختلف داخلی و خارجی مواجه است. به همین دلیل مسئولان باید بیش از آنکه به دنبال فراقکنی و متهم کردن یکدیگر باشند با وحدت رویه عمل کنند تا این مشکلات کاهش پیدا کند. با گفتار درمانی و شعاردرمانی مشکلات کشور حل نمی شود. مشکلات کشور نیاز به عمل درمانی دارد. امروز مهم ترین مشکلات مردم کشور مسائل اقتصادی است. در مرحله نخست باید مشکلات معیشتی مردم را به دو قسمت تقسیم کرد. بخش نخست مربوط به مشکلات خارجی است که عمدتاً نیز به واردات و صادرات باز می گردد و بخش دوم نیز به سو مدیریت های داخل کشور ارتباط پیدا می کند. نباید همه مشکلات معیشتی را به رویکرد سیاست خارجی کشور گره زد و بلکه باید واقع بینانه به قضیه نگاه کرد. ما باید این نکته را بپذیریم که در درون کشور استعدادها و ظرفیت های زیادی وجود دارد که هنوز نتوانسته ایم به خوبی از آنها استفاده کنیم.

کالاهای اساسی یک مسئولیت اجتماعی است. اگر قرار است جلوی گرانی را هم بگیریم باید اراده کافی در بین مسئولان وجود داشته باشد. باید مشخص شود چرا برخی کالاها به یکباره قیمت نجومی پیدا می کنند و چه دست هایی در پشت پرده وجود دارد. به عنوان مثال چرا به یک باره قیمت خودرو در کشور به شدت افزایش پیدا می کند و مناسبات اقتصادی جامعه را به هم می ریزد. باید دلیل این مسائل مشخص شود و نتایج آن به مردم ارائه شود. بدون شک یکی از دلیل اصلی این اتفاقات انحصار گرایی است. به عنوان مثال چرا تنها ایران خودرو باید در کشور خودرو تولید کند؟ چرا شرایط برای تولید خودرو در بخش های دیگر به وجود نمی آید؟ چرا صدا و سیما باید دولتی باشد تا تنها یک گروه خاص بتواند دغدغه های خود را مطرح کنند؟ چرا زمانی که دانشگاه آزاد شکل گرفت به سمتی حرکت نکردیم که صدا و سیما نیز آزاد شود و همه گروه های فکری و سیاسی بتوانند دغدغه های خود را از طریق صدا و سیما مطرح کنند؟ همه این مسائل به اراده ما بستگی دارد که در چه مسیری قدم برداریم. اگر قرار به فراقکنی باشد در سال های گذشته این اتفاق رخ داده و به شکلی های مختلف فراقکنی صورت گرفته است.



دکتر صادقی دبیر مجمع خیرین سلامت کشور در گفت و گو
با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

مشوق های مسئولیت اجتماعی در کشور قانون مند نشده اند



در هزاره سوم، حضور و ظهور سلامت و شادابی در زندگی مردم از طریق مشارکت و تلاش تک تک شهروندان و در مسیر توسعه پایدار محقق می شود؛ این حرکت اما شکل نمی گیرد مگر در چارچوب تشکیل سازمان های مردم نهاد. البته وظیفه سنگین دولت ها در فراهم سازی بستری مناسب برای تاسیس این سازمان ها و نیز پرورش انسان سالم غیر قابل چشم پوشی است و تحقق جامعه ی سالم تنها با مشارکت ساختارمند مردم امکان پذیر خواهد بود. مجمع خیرین سلامت کشور به عنوان یک سازمان مردم نهاد می باشد و کلیه فعالیت های آن غیرسیاسی، غیرانتفاعی و غیردولتی بوده و در موضوع بهداشت و درمان با رعایت کامل قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران، فعالیت می نماید و مطابق اساسنامه مربوطه اداره می شود. ستاد اصلی مجمع خیرین سلامت کشور در تهران بوده و در تمامی استان ها و تعدادی از شهرستان ها که دارای دانشگاه و دانشکده علوم پزشکی می باشند، شعبه اصلی داشته و در برخی از شهرستان های فاقد دانشگاه یا دانشکده علوم پزشکی دارای دفتر نمایندگی می باشد. برای بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در اهداف و برنامه های مجمع خیرین سلامت کشور «رسانه مسئولیت اجتماعی» با دکتر صادقی دبیر این مجمع گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

*مجمع خیرین سلامت کشور چه اهدافی در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی را در دستور کار خود قرار داده اند؟

کسانی در مجمع خیرین سلامت کشور فعالیت می کنند که بیشتر به دنبال کارهای عام المنفعه هستند. اغلب این افراد به دنبال شهرت نیستند و هدف اصلی آنها خدمت رسانی به مردم است. گروه دیگر مشاوران و داوطلبانی هستند که که بخش هایی از وقت خود را صرف کارهای عام المنفعه می کنند. با این وجود مسأله ای که در کشور ما مغفول مانده حوزه مشارکت شرکت هاست که ما آن را به عنوان مسئولیت اجتماعی می شناسیم. در حوزه مسائل سلامت محور سال هاست که با خیرین سنتی مواجه هستیم که در طول این سال ها خدمات



کنند از جمله فعالان حوزه اقتصادی هستند. البته این افراد در راستای مشارکت اجتماعی شرکت ها فعالیت نداشته و بیشتر در قالب خیرین با سیستم سلامت کشور همکاری داشته اند. واقعیت این است که مشارکت شرکت ها در حوزه سلامت یک فعالیت «برد-برد» است و کسی که به عنوان فعال اقتصادی در مشارکت های اجتماعی ورود پیدا می کند نه تنها به جامعه هدف خود سود می رساند و فعالیت های سلامت محور را جلو می برد، بلکه به صورت فردی نیز سود می برد. این سود مادی نیست و بلکه معنوی است و علاوه بر اینکه سبب محبوبیت افراد در سطح جامعه می شود این امکان را دارد که از فعالیت های تبلیغاتی نیز بهره مند شود. تفاوت عمده ای که ما در حوزه مشارکت اجتماعی شرکت ها و حوزه سنتی خیرین داریم منفعتی است که شرکت ها از مشارکت اجتماعی در امور خیریه می برند. در چنین شرایطی هم کار خیرخواهانه انجام می شود و هم مقبولیت و محبوبیت شرکت ها در سطح جامعه افزایش پیدا می کند. ما به دنبال این هستیم که میزان مشارکت شرکت ها را در امور خیریه بیشتر کنیم و به این وسیله کمک بیشتری به سیستم سلامت کشور انجام بدهیم.

***در این زمینه چه موانع و چالش هایی پیش**

ارزنده ای به سیستم سلامت کشور ارائه کرده اند. با این وجود ما در بحران کرونا با چالش های جدی و عمیقی مواجه شدیم. در چنین شرایطی ضرورت حضور نهادهای مختلف برای حمایت از مسائل مرتبط با سلامت کشور وجود دارد. به همین دلیل ما دفتر و واحد مشارکت اجتماعی شرکت ها را در مجمع خیرین سلامت کشور تأسیس کردیم. هدف از تأسیس این دفتر نیز جلب مشارکت شرکت ها و بنگاه های اقتصادی است. در ماه های گذشته این رویکرد آغاز شده است و خوشبختانه با نتایج مثبتی نیز همراه بوده است. در این زمینه ما با کارشناسان مختلف در زمینه مشارکت های اجتماعی و اقتصادی مشورت و همفکری کردیم و در نهایت به یک مجموعه ساختارمند و نظام مند دست پیدا کردیم.

***مجمع خیرین سلامت کشور برای جلب مشارکت بنگاه های اقتصادی چه برنامه هایی دارد؟**

این مقوله به شکلی نیست که ما با آن آشنایی نداشته باشیم. مشارکت شرکت ها و بنگاه های اقتصادی به عنوان یک مفهوم در فرهنگ ما جایگاه دارد. برخی از خیرین که به سیستم سلامت کشور خدمت می

مسئولیت اجتماعی در کشور طراحی کند. ما باید تلاش کنیم سیستم های انگیزشی را از طریق دولت برای فعالان اقتصادی فعال کنیم تا از انگیزه کافی برای ورود به عرصه مشارکت اجتماعی برخوردار باشند. باید شرایطی را طراحی کرد که شرکت ها در مشارکت اجتماعی خود تنها به دنبال اهداف تبلیغاتی نباشند و بلکه امتیازاتی به آنها تعلق بگیرد تا مشوق های لازم برای حضور در مشارکت های اجتماعی را به دست بیاورند.



روی خود و سیستم سلامت کشور مشاهده می کنید؟

ما به دنبال این هستیم که طرحی را به نام طرح مشوق به مجلس ارائه دهیم. مهم ترین مشکلی که ما در زمینه مشارکت و مسئولیت اجتماعی داریم این است که مشوق ها در کشور قانون مند و نظام مند نشده اند. چالش مهم دیگری که در این زمینه وجود دارد این است که گزارش ها درباره مسئولیت اجتماعی هنوز در کشور نهادینه نشده و شرکت های مختلف گزارش عملکرد خود در زمینه مسئولیت اجتماعی را به افکار عمومی جامعه گزارش نمی کنند. شرایط به شکلی است که بسیاری از بنگاه های اقتصادی ما هنوز با مفهوم مسئولیت اجتماعی آشنایی کافی ندارند. به همین دلیل ما دو مسیر پیش روی خود می بینیم. مسیر نخست اینکه بنگاه ها و شرکت های اقتصادی با این مفهوم آشنا شوند و مسیر دوم این است که از دولت بخواهیم مسیری را برای تحقق



پایان پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با اعطای جوایز مسؤلیت اجتماعی مدیریت

پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران، با قرائت بیانیه پایانی و اعلام جوایز مسؤلیت اجتماعی مدیریت به کار خود پایان داد.

منیژه بازاریار



همچنین در این روز سخنرانی هایی با عنوان فرهنگ سازمان های امیدآفرین توسط جناب آقای دکتر ایرج سلطانی (عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اصفهان)، چالش های کار تیمی در شرایط بحران توسط جناب آقای دکتر رامبد باران دوست (مدرس و مشاور مدیریت) و نابرابری و پریشانی فرهنگی توسط جناب آقای دکتر علیرضا کوشکی جهرمی (عضو هیات علمی دانشگاه عالمه طباطبایی) انجام پذیرفت. دومین روز از پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران، با برگزاری نشست تخصصی

در بخش های مختلف سخن گفتند و به نقش فرهنگ در سازمان ها اشاره نمودند. وی با توصیف مدیریت بحران در شرایط حساس به اهمیت نیروی انسانی در سازمان های گوناگون اشاره کرده و به تقویت زیرساخت های لازم برای این مهم در بحران ها تاکید نمودند. دکتر قاسمی در بخش مهمی از سخنرانی خود به موضوع بهره وری در سازمان ها اشاره نموده و به تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت بحران و همچنین فرهنگ مقاوم در شرایط بحرانی تاکید کردند.

به گزارش رسانه مسؤلیت اجتماعی، پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران در حالی روز گذشته به کار خود پایان داد که در ابتدا دکتر مجید قاسمی، رئیس هیأت مدیره انجمن مدیریت در سخنرانی خود به تشریح فرهنگ سازمانی مقاوم و مدیریت بحران سازمانی پرداختند و ابراز امیدواری کردند که فرهنگ سازمانی در آینده به جایگاه واقعی خود در سطح کشور برسد. ایشان ضمن اشاره به تعریف فرهنگ سازمانی از ابتدای تاسیس بانک پاسارگارد، از اهمیت این مهم

دکتر سالاری:

در آستانه ورود به قرن جدید دارای یک رسالت تاریخی هستیم



مغفول مانده است. این مشکل در شهر تهران نیز وجود دارد و هنوز پایتخت کشور یک موزه فاخر معماری ندارد. این در حالی است که ایرانیان در این زمینه دارای یک پیشینه کهن و غنی هستند. در شرایط کنونی ما در حال تغییر قرن هستیم و پس از سال ۱۴۰۰ از یک سده وارد یک سده دیگر می شویم. به همین دلیل یکی از دغدغه های ما در آغاز سده جدید این است که چه پروژه هایی را در سطح شهر تهران و در سطح ملی قرار است اجرا

است. ما باید پذیریم که سکونت پس از صنعت در این منطقه به وجود آمده است. این در حالی است که باید به این سکونت ده درصدی همراه با تکریم و احترام نگاه کنیم و تلاش کنیم مشکلاتش را حل کنیم. اگر ما صنعت را نپذیریم و صنعت را با نگاهی منفی و سلبی و تهدیدی نگاه کنیم مشکل شهروندانی که در این منطقه سکونت دارند یا به این منطقه سفر می کنند را نمی توانیم حل کنیم. ایده شهر موزه صنعت ایده ای است که در مدیریت کشور

نگاه مسئولیت پذیری و پاسخ گویی در مقطع کنونی در بین مدیران کشور کاهش پیدا کرده است. بنده معتقدم بخش مهمی از چالش های کشور و شهرهای ما به مولفه های مهم بستگی دارد که یکی از مهم ترین آنها فقدان نگاه مسئولیت پذیری و پاسخ گویی در بین مدیران است. ما باید پذیریم که سی درصد منطقه بیست و یک شهر تهران صنایع است. خوشبختانه نگاه مسئولان شهرداری این منطقه به صنعت به عنوان یک فرصت

باید این پیام را به جامعه بدهیم که نگاه مدیران نسبت به شهرها تغییر خواهد کرد. ریشه مشکلات جامعه امروز در نگاه به مسائل اجتماعی است. ما همواره در طول تاریخ به دنبال قهرمانانی در تاریخ بوده ایم که ظهور کنند و کشور را نجات بدهند. غافل از اینکه تازمانی که نگاه ها و باورهای خودمان تغییر پیدا نکند هیچ قهرمانی نمی تواند مشکلات ما را حل کند. در این بین حتی ما برخی از قهرمانان را نیز به دلیل باورهای غلط خود از بین برده ایم که در سده های گذشته این

اتفاق در جامعه ما رخ داده است.

نگاه مدیریت شهری منطقه به

صنعت به عنوان یک فرصت

و استفاده از ظرفیت های

صنعتی منطقه یک رویکرد

صحیح و آینده نگرانه

است. بنده هنگامی که

مشاهده کردم این برنامه

در دستور کار شهرداری

منطقه بیست و یک قرار

گرفته تلاش کردیم از آن

استقبال کنیم. به همین دلیل

نیز از مدیران شهری می خواهم

که این برنامه را به عنوان یک پروژه

مدون در اختیار مدیریت شهری برای ۱۴۰۰ قرار

بدهند. تلاش ما این است که چرخه سود آوری و شهر

فروشی که از تهران به سایر شهرها نیز منتقل شده را

متوقف کنیم و دیگر اجازه ندهیم این اتفاق در شهرهای

کشور رخ بدهد. به همین دلیل نیز ناچاریم محدودیت

هایی را در این زمینه لحاظ کنیم. ما سندی به نام طرح

تفضیلی داریم که بنده معتقدم دارای ایراداتی است و در

بسیار موارد عدالت اجتماعی رعایت نشده و باید مرتفع

شود. با این وجود معتقدم این طرح به عنوان طرح جامع

باید مورد ملاک عمل شهر قرار بگیرد. به همین دلیل نیز

رویکرد کمیسیون ماده پنج را تصحیح کردیم به شکلی

که این کمیسیون در مرحله جدید هیچ تصمیمی مبنی

بر سود آوری نگرفته است. ما در مجموعه مدیریت شهری

طرح حق توسعه را آغاز کرده ایم و لایحه آن را به

زودی در صحن شورای شهر مطرح خواهیم کرد.

کنیم. نکته مهم این است که ما در آستانه ورود به قرن جدید با چه آموخته و دستاوردهایی قرار است وارد قرن جدید شویم. بنده معتقدم این تغییر رویکرد باید در راستای نهادینه شدن انسان محوری در شهرها صورت بگیرد. این سخن به معنای این است که همه ظرفیت ها و توانایی های شهر و کشور در اختیار شهروندانی قرار بگیرد که شهر و کشور برای آنها ساخته شده است. در سده گذشته مجموعه مدیریت

شهری مبتنی بر چرخه ساخت و سود آوری

و درآمدزایی بوده است. همه

نگاه ها به شهر به صورت

درآمدی بوده و همه ارکان

تصمیم گیری و اقشار

مختلف مردم به دنبال

سهم خود از درآمد

شهری بوده است.

در این رویکرد نیز

پیامدهای مثبت و منفی

این اتفاق مورد نظر

نبوده است. مصیبتی که

امروز گریبان گیر شهرهای

کشور شده و به کلکسیونی

از مشکلات و چالش های

تبدیل شده که مهم ترین آن آلودگی

های زیست محیطی و آلودگی هواست تبدیل شده

است. نکته دیگر ترافیک است که عمر شهروند

به عنوان مهم ترین سرمایه زندگی وی می گیرد.

به همین دلیل نیز ما پس از چندین دهه دور هم

جمع شده ایم تا برای محله هایی که سرانه فضای

سبز، ورزشی و مذهبی ندارند اعتبار کسب کنیم. این در

حالی است که همه این مسائل دارای سرانه بوده اند

اما رویکرد باطل گذشته اجازه نداده به نتیجه برسند.

در گذشته برای حل مشکل ترافیک بزرگراه های

زیادی ساخته شد. این در حالی است که ساخت

چنین بزرگراه هایی به معنای دعوت به سفر بود و

پس از مدتی خود این بزرگراه با گره های ترافیکی و

در نتیجه آلودگی هوا مواجه شدند. به همین دلیل ما

در آستانه ورود به قرن جدید با یک رسالت تاریخی

مواجه هستیم. در راستای مسئولیت پذیری اجتماعی ما



دکتر زرین بخش در جلسه مدیران شهر تهران بامدیران منطقه بیست و یک مطرح کرد:

انجام مسئولیت اجتماعی از اولویت های مهم شرکت سایپا است

آمدن تراکم خودرو در جامعه می شویم. به همین دلیل یکی از مسئولیت های اجتماعی مهم صنعت خودرو سازی تولید جاده و راه استاندارد است. از سوی دیگر صنعت خودرو سازی به دلیل آلودگی های محیطی که ایجاد می کند باید حامی محیط زیست باشد و در این زمینه فعالیت کند.

معاون مسئولیت اجتماعی شرکت سایپا ادامه داد: یکی دیگر از فعالیت های مرتبط با مسئولیت اجتماعی در حوزه صنعت فعالیت های خیریه و عام المنفعه است. به عنوان مثال ساخت فضای آموزشی و مدارس در مناطق محروم یکی از این فعالیت ها به شمار می رود. در این زمینه شرکت سایپا تاکنون بالغ بر پنجاه و دو مدرسه در مناطق

محروم کشور ساخته است. احترام به

کارکنان، مشتری مداری، اهمیت

به سلامت جامعه و

اطلاع رسانی به

موقع از جمله

مهم

جلسه مدیران شهرداری و نمایندگان صنایع منطقه بیست و یک با محوریت مسئولیت اجتماعی با حضور دکتر سالاری رییس کمیسیون معماری و شهرسازی شورای شهر تهران برگزار شد. در این جلسه دکتر زرین بخش معاون مسئولیت اجتماعی شرکت سایپا آخرین اقدامات و برنامه های شرکت سایپا را در زمینه مسئولیت اجتماعی تشریح کرد.

دکتر زرین بخش در این جلسه تصریح کرد: در حوزه مسئولیت اجتماعی مرتبط با صنعت در بین کشورهای جهان قانون نانوشته ای وجود دارد که عنوان می کند مسئولیت اجتماعی صنایع باید در راستای تولید آنها باشد. به صورت طبیعی صنایع تولیدات خود را دارند و در عین حال یک عوارض اجتماعی برای خود ایجاد می کنند. چارچوب مسئولیت اجتماعی ما نیز در راستای کم کردن آثار منفی این تولیدات است. به عنوان مثال ما هنگامی که خودرو تولید می کنیم باعث به وجود



شده است. و چهارم نیز فعالیت های بهداشتی و زیست محیطی است. صنعت خودرو سازی همراه با آلاینده های است. با این وجود تصفیه خانه شرکت سایپا یکی از مدرن ترین و مجهز ترین تصفیه خانه های خاورمیانه به شمار می رود.

دکتر زرین بخش تأکید کرد: در سال ۱۳۹۸ بالغ بر دوازده هزار نفر از شرکت سایپا بازدید کرده اند. این رقم به جز بازدید مقام ها رسمی کشور و شهر تهران است. ما شرایطی را در این زمینه به وجود آورده ایم که هر کسی که تمایل داشت می تواند از شرکت سایپا بازدید کند و ما از این رویکرد استقبال می کنیم. هدف ما نیز این است که تصور مردم جامعه نسبت به صنعت خودرو سازی واقعی و مثبت باشد. بسیاری از کسانی که تاکنون از خط تولید شرکت سایپا بازدید کرده اند عنوان می کردند ما تصور نمی کردیم گستره تولید خودرو تا به این اندازه پیچیده و بزرگ باشد.

معاون مسئولیت اجتماعی شرکت سایپا با اشاره به ضرورت ساخت موزه در منطقه بیست و یک خاطر نشان کرد: شرکت سایپا دارای متریال و گنجینه عکس بسیار غنی و بزرگی از زمان تأسیس این شرکت و خودرو سازی در ایران تاکنون است. به همین دلیل نیز می تواند کمک زیادی به تأسیس موزه صنعت در منطقه بیست و یک انجام بدهد.

ترین رویکردهای مسئولیت اجتماعی در حوزه صنعت است. اقتصاد و مسئولیت اجتماعی نکته مهم دیگری است که مورد توجه ما قرار دارد. بدون تردید هنگامی که بنگاه های اقتصادی سود آور باشند این امکان برای آنها فراهم می شود که سود خود را در اختیار جامعه قرار بدهند. به همان میزان بنگاه های اقتصادی زیان آور نیز به همان اندازه که برای خود زیان ایجاد می کنند برای جامعه نیز زیان آور هستند.

وی عنوان کرد: فعالیت هایی که در زمینه مسئولیت اجتماعی صنعتی صورت می گیرد فعالیت هایی نیست که بدون برنامه و جهت دهی و از سر صدقه باشد. بدون تردید این فعالیت ها باید برای بنگاه مربوطه نیز آورده داشته باشد. این آورده ها نیز صرفاً مادی نیست و در بسیاری موارد برندی و غیرمادی است. فعالیت های اجتماعی شرکت سایپا به چهار گروه تقسیم بندی می شود. نخست فعالیت های خیریه و عام المنفعه است. دوم فعالیت های فرهنگی و مذهبی بوده که برای کارکنان و همسایگان ما انجام شده است. سوم فعالیت های آموزشی و ورزشی است که نمونه بارز آن باشگاه فرهنگی ورزشی سایپا است که در لیگ برتر نماینده دارد و یکی از بزرگترین مدرسه فوتبال کشور را در اختیار دارد. اغلب کسانی که در این مدرسه عضو هستند از بومی های منطقه هستند که در این زمینه برای نوجوانان و جوانان منطقه نیز فرصت سازی



پیامدهای اجتماعی مشکلات معیشتی مردم چیست؟

دکتر ابراهیم رزاقی



بینی می کردند. هنگامی که دو کشور در حال مبارزه با هم هستند باید به همه جوانب این مبارزه فکر کنند. براساس برخی آمارها در حدود سیصد هزار نفر میلیاردی در ایران وجود دارد. این در حالی است که ثروت میلیون ها نفر در کشور به ثروت این سیصد هزار نفر نمی رسد. این اتفاق نتیجه سرمایه داری است که در کشور اجرا شده است. ایران در دوران جنگ نیز با تحریم

های مختلف به دنبال تحت فشار قرار دادن و تحریم ایران بوده است. در نتیجه اگر مسئولان با دوراندیشی با موضوع برخورد کرده بودند در طول ده های گذشته برای وابستگی اقتصاد به نفت چاره مناسبی پیدا می کردند. سوال اینجاست که چرا چنین دور اندیشی صورت نگرفته است؟ حتی اگر سواد اقتصادی هم نداشتند باید از رفتارهای آمریکا در مقابل ایران چنین شرایطی را پیش

مشکلات معیشتی موجود در جامعه چه پیامدهایی دارد؟ در پاسخ به این سوال باید گفت در ایران نوعی سرمایه داری خاص وجود دارد. این سرمایه داری به شکل های مختلف تا به امروز وجود داشته است. با این وجود ما در گذشته نیز تجربه تحریم را داشتیم. به همین دلیل مسئولان کشور با چنین شرایطی را پیش بینی می کردند. از ابتدای انقلاب تاکنون آمریکا به شکل

از کشورها از ایران نفت می‌خرند و حاضر نیستند با تحریم‌های آمریکا بر علیه ایران همکاری کنند. این کشورها به دنبال این هستند که تنها آمریکا در بازار نفت حرف اول و آخر را نزند و بلکه دیگر کشورها نیز در این زمینه نقش آفرینی کنند. ما نباید پول نفت را صرف خرید کالاهای وارداتی کنیم و بلکه باید از تولید داخلی حمایت کنیم. ایران دارای این ظرفیت است که هیچ نفتی خامی صادر نکند و بلکه از پتانسیل صادرات غیر نفتی استفاده کند. متأسفانه در سرمایه‌داری که بر کشور حاکم شده این رویکرد وجود ندارد. در این رویکرد تنها سرمایه‌دار و پول‌دار دارای اهمیت هستند و بقیه اقشار مردم در اولویت‌های بعدی قرار دارند. این رویکردی است که آمریکا در عرصه جهانی انجام می‌دهد. متأسفانه برخی از مسئولان روح قانون اساسی را قبول ندارند رویکردی برخلاف قانون اساسی در پیش گرفته‌اند. کسانی که قانون اساسی را قبول ندارند و یا برخلاف آن عمل می‌کنند به کشور و منافع آن خیانت می‌کنند.

مواجهه بود. آیا در آن مقطع زمانی ایران در موضع انفعالی قرار گرفت؟ خیر. در آن مقطع زمانی ایران از جنبه‌های مختلف و از جمله اقتصادی مقاومت کرد و نتیجه مقاومت خود را نیز دید. با این وجود در شرایط کنونی این مقاومت در اقتصاد وجود ندارد و مدیریت اقتصادی کشور با نوعی انفعال مواجه شده است. در دوران دفاع مقدس هنگامی که کشور با تحریم تسهیلات نظامی مواجه شد تلاش کردیم در کشور سلاح تولید کنیم که در نهایت نیز این اتفاق رخ داد. به دلیل همین مقاومت ایران امروز یکی از کشورهای مقتدر در زمینه نظامی است و دارای موشک‌های دقیق است. این فرمول امروز هم جواب می‌دهد. در شرایط کنونی کشور تحریم است. در چنین شرایطی باید تولید داخلی را تقویت کنیم و قدرت ساختارهای موجود را افزایش بدهیم. تاکنون هیچ کشوری به اندازه ایران تحریم نشده است. به همین دلیل نیز ما باید بتوانیم بر شرایط سخت امروز نیز فائق بیاییم.

برخلاف دولت دکتر مصدق که هیچ کشوری حاضر نبود در شرایط تحریم از ایران نفت بخرد امروز برخی از کشورها از ایران نفت می‌خرند و حاضر نیستند با تحریم‌های آمریکا بر علیه ایران همکاری کنند.

”برخلاف دولت دکتر مصدق که هیچ کشوری حاضر نبود در شرایط تحریم از ایران نفت بخرد امروز برخی از کشورها از ایران نفت می‌خرند و حاضر نیستند با تحریم‌های آمریکا بر علیه ایران همکاری کنند.“





و بهداشت مادران، مبارزه با ایدز و مالاریا، ویروس کرونا و سایر بیماری‌ها می‌باشد که تضمین پایداری محیط زیست و ایجاد مشارکت جهانی برای توسعه است که در همه جا بیان شده و دو نکته بسیار مهم که حائز اهمیت است را من بیان می‌نمایم؛ نکته اول این مساله است که دنیای ما در تعادل نیست. یعنی مثلاً ۲۰ درصد از جمعیت کشورهای توسعه یافته ۸۶ درصد از کل کالاها و خدمات دنیا را مصرف می‌کنند و نکته دوم اینکه از سوی دیگر، ۸۰ درصد از فقیرترین جمعیت دنیا تنها ۳/۱ درصد از کل کالا و خدمات در دنیا را مصرف می‌نمایند. بنابراین با در نظر گرفتن دو نکته فوق می‌توانیم بگوییم که سازمان‌ها و شرکت‌های ایرانی در شرایط فعلی چه اقداماتی می‌توانند در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی داشته باشند. البته پیشنهادات بسیاری را می‌توان به این سازمان‌ها ارائه کرد و من در این زمینه به بیان یک نکته کلی اکتفا می‌کنم. مثلاً در بخش آموزش که می‌تواند در عرصه کلی دانشگاهی و دبیرستانی و دیگر نیز باشد، بحث آینده پژوهی مطرح است. یعنی ما باید در بخش آموزش آینده پژوهی، آمادگی برای مقابله با هر نوع تهدیدات بیولوژیکی و مضر نسبت به سلامت انسان که کرونا نیز می‌تواند یکی از آن‌ها باشد را داشته باشیم. ما در آینده

مسئولیت اجتماعی

دکتر محمد بلوریان تهرانی

چیزی در حدود یک سال از شیوع و گسترش ویروس کرونا در سراسر جهان می‌گذرد و همچنان بزرگ‌ترین کشورهای جهان مشغول مقابله با این ویروس منحوس هستند. آنچه در این میان مهم است، مدیریت و اقدامات لازم در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی به منظور کاهش تلفات و خسارات ناشی از این ویروس است که دکتر محمد بلوریان تهرانی در گفتگو با رسانه مسئولیت اجتماعی به بیان برخی از مهم‌ترین راه‌حل‌های موجود در این زمینه پرداخته است که در زیر آن را می‌خوانیم:

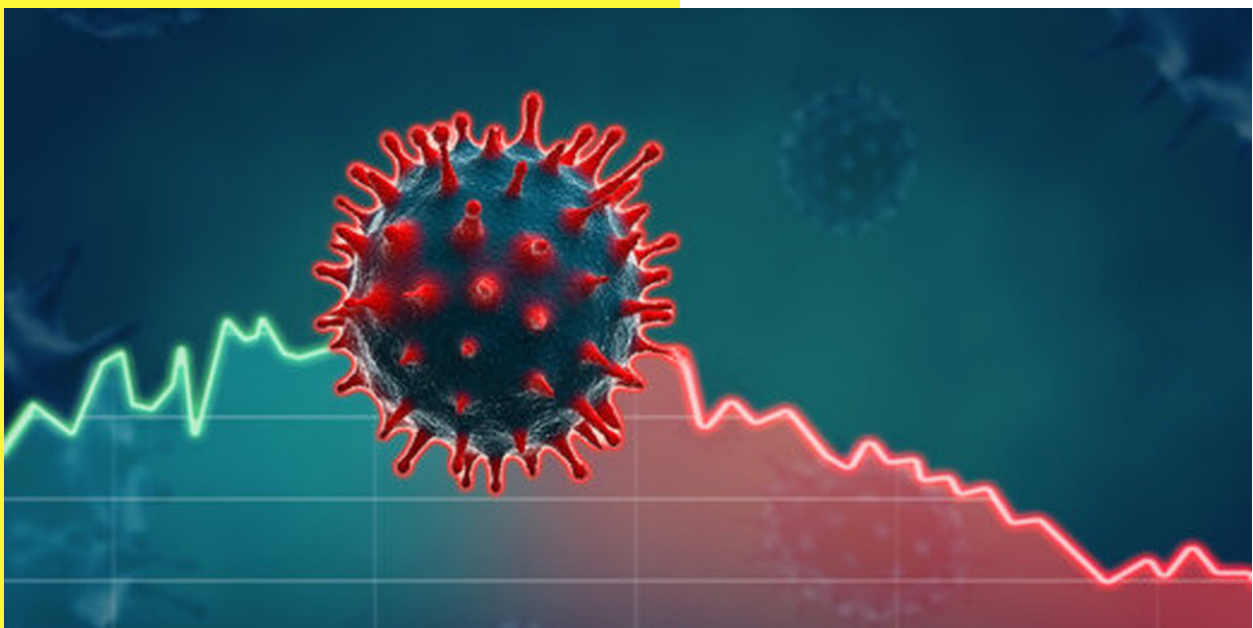
با توجه به آرمانهای توسعه هزاره چندین مورد است که در تمام دنیا گفته شده و همین موارد می‌تواند برای ما راهنما باشد و می‌تواند به دستگاه‌ها و شرکت‌ها در این شرایط کرونایی در جهت اجرای مسئولیت اجتماعی کمک شایانی نماید. این آرمان‌های توسعه هزاره با توجه به شرایطی که همگان می‌دانند، شامل ریشه کن کردن فقر، گرسنگی، دستیابی همه به آموزش ابتدایی، ترویج برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان، کاهش مرگ و میر کودکان، بهبود



می باشد و دانشجویها و دانش آموزان حتی دیگران نیز بتوانند راحت تر از پهنای باند استفاده کنند. نیروهای مسلح می توانند توان تولیدی خودشان را در اختیار وزارت بهداشت و درمان قرار دهند و حتی از بیمارستان هایشان برای پذیرش مردم عادی استفاده نمایند. حمل و نقل می تواند ناوگان شهری را افزایش دهد و باعث جلوگیری از ازدحام جمعیت شود و به همین منظور، تعداد اتوبوس ها باید آنقدر افزایش یابد که هیچ انبوه جمعیتی ایجاد نشود. شرکت های بیمه می توانند تعرفه هایشان را در جهت حمایت از بیماران کاهش دهند و هلال احمر می تواند برنامه های آموزشی در حوزه مبارزه با پاندمی کرونا اجرا کند.

سازمان غذا و دارو می تواند مساعدت بیشتری با جامعه در جهت تخفیف مسائل مبتلایان و خانواده هایشان داشته باشد و دستگاه های دولتی به طور کلی می توانند یک فضای اداری وسیع ایجاد کنند. طراحی آن فضا نیز می تواند به گونه ای باشد که افرادی که به دستگاه های دولتی مراجعه می کنند، دچار ازدحام جمعیت نشوند. به هر حال در زمینه های مختلف می توانیم بگوئیم هتل ها، سازمان پسماند، بازیافت، ورزش و جوانان، فروشگاه ها، رسانه ها، سازمان های هواپیمایی، گروه های اجتماعی و نرم افزاری و در کل تمام دستگاه ها می توانند در راستای مسئولیت اجتماعی و در شرایط کرونایی اقدامات لازم را انجام دهند.

پژوهی کار زیادی انجام نداده ایم و اکنون با وجود کرونا، یکی از بحث های مسئولیت اجتماعی می تواند این باشد که دانشگاه ها در جهت منافع عمومی خود موارد فوق را انجام دهند. صدا و سیما نیز می تواند در جهت تاثیرگذاری بر بخش خصوصی و جلب مشارکت آنها در مقوله مسئولیت اجتماعی آموزش و تولید محتوا داشته باشد و حتی می تواند در همین زمینه تولید فیلم و تیزر و برنامه های آموزشی تولید و نشر نماید. دانشگاه ها نیز می توانند در زمینه روانشناسی و بهبود روحیه مبتلایان و سایر افراد خانواده آن ها خدمات مشاوره ای رایگان داشته باشند و پارک های علم و فناوری در راستای پروژه های علمی و برای تولید واکسن به منظور جلوگیری از هرگونه غافلگیری در آینده با حضور شرکت های دانش بنیان، می توانند منابع مالی و فنی و انسانی در این زمینه تخصیص دهند. سازمان آب و فاضلاب باید تعرفه آب مصرفی را کاهش دهند. به این دلیل که مردم بتوانند مرتباً در راستای حفظ و رعایت پروتکل های بهداشتی دستانشان را شستشو دهند. شرکت مخابرات باید پهنای باند را افزایش دهد و همچنین تسهیلات ارتباطی فراهم سازد. چراکه در واقع بحث آموزش ارتباطات آنلاین مطرح



در گفت و گوی رسانه مسئولیت اجتماعی با اقبال شاکری
نماینده مردم تهران تشریح شد؛

برنامه مجلس یازدهم برای تقویت مسئولیت اجتماعی

اقبال شاکری نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی و عضو شورای شهر چهارم تهران بوده است. وی دارای دکترای مهندسی عمران است و هم‌اکنون عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر می‌باشد. وی توانست در یازدهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی، به عنوان نفر هشتم از حوزه انتخابیه تهران، ری، شمیرانات و اسلامشهر از استان تهران انتخاب گردد. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی مهم ترین رویکردهای مدیریت شهری تهران در زمینه مسئولیت اجتماعی و همچنین برنامه مجلس یازدهم برای تقویت مسئولیت اجتماعی در کشور رسانه مسئولیت اجتماعی با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه حاصل این گفت و گو را می‌خوانید.

*اقدامات مدیریت شهری تهران نسبت به مسئولیت اجتماعی در دوره چهارم که شما در شورای شهر حضور داشتید با شورای پنجم چه تفاوت پیدا کرده است؟

یکی از کارکردهای اصلی مدیریت شهری مسائل اجتماعی و حل کردن مشکلات اجتماعی است. شهرداری و شورای شهر تهران نسبت به مسائلی زندگی مردم مسئولیت دارند و باید در این زمینه همه تلاش خود را انجام بدهند. مسائل اجتماعی همواره یکی از مهم ترین دغدغه های مدیریت شهر تهران بوده است. این در حالی است که در مدیریت دوره جدید شورای شهر این دغدغه ها تا حدودی نسبت به گذشته کمرنگ تر شده است. نمونه بارز این مسأله نیز

یعنی مدیریت یکپارچه شهری و درآمدهای پایدار باید مورد توجه قرار گیرد. اگر درآمد پایدار حل نشود شهرداری برای تامین درآمد خود مجبور است به ساخت و سازهای غیرمجاز روی بیاورد. بنابراین باید این دو موضوع هر چه سریع تر توسط مجلس و دولت برای اداره بهتر شهر تعیین تکلیف شوند.

*در شرایط کنونی مهم ترین مشکلات اجتماعی تهران که به مسئولیت اجتماعی ارتباط دارد چیست؟

حدود یک چهارم جمعیت کشورمان در تهران ساکن هستند، تمرکز دستگاه های سیاسی و اجرایی در تهران است و بسیاری از مراکز تصمیم گیری کلان کشور مانند مجلس شورای اسلامی،

کاهش دغدغه ها نسبت به مسئولیت اجتماعی بوده است. بنده معتقدم مدیریت یکپارچه شهری در تهران به خوبی تحقق نیافته است. مدیریت یکپارچه شهری از مهمترین اقدامات برای رفع مشکلات پایتخت است و شهر باید یک مدیریت یکپارچه داشته باشد. سازمان ها، ارگان ها و دستگاه ها نمی توانند در داخل شهر فعالیت کنند و ارتباط خود را با سایر فعالیت های شهری تعریف نکنند زیرا باعث هرج و مرج می شود به عنوان مثال در رابطه با آسفالت معابر عدم هماهنگی لازم میان اداره گاز، آب، برق، مخابرات، مترو و شهرداری همیشه مسأله ساز بوده است. لایحه درآمد پایدار شهرداری ها در مجلس مطرح و در کمیسیون شوراها در حال بررسی است؛ برای اداره بهتر شهرها به ویژه کلانشهر تهران دو اولویت

فساد در حوزه شهری پیشگیری می کند و در این رابطه طرح جامع مدیریت یکپارچه شهری می تواند تحولات خوبی را در حوزه مدیریت شهری ایجاد کند.

***برنامه مجلس یازدهم برای تقویت مسئولیت اجتماعی در کشور چیست؟**

مسئولیت اجتماعی امروز مجلس بیشتر حول محور حل مشکلات اقتصادی کشور می گردد. به همین دلیل نیز در شرایط کنونی مجلس عزم خود را برای حل مشکلات اقتصادی جزم کرده است. مجلس به دنبال تقویت وضعیت معیشت و کسب و کارهای مردم است و این را جزئی از وظایف مرتبط با مسئولیت اجتماعی خود قلمداد می کند. ایجاد امکانات و ظرفیت های جدید برای جوانان که بتوانند در زمینه کسب و کارهای جدید مانن استارتاپ ها و تشکل های دانش بنیان فعال شوند. حمایت از خانواده مسأله مهم دیگری است که مجلس شورای اسلامی برای تحقق مسئولیت اجتماعی در دستور کار خود قرار داده است. رسیدگی به کسب و کارهایی که در دوران کرونا با چالش های جدی مواجه شده اند نیز از جمله مواردی است که مجلس شورای اسلامی در زمینه مسئولیت اجتماعی در دستور کار خود قرار داده است. تقویت زیرساخت های اساسی برای زندگی عمومی مانند راه های روستایی و تقویت راه های بین شهری از دیگر مسائلی است که در اولویت های مجلس شورای اسلامی قرار دارد.

مجمع تشخیص مصلحت نظام، وزارتخانه ها و... در تهران حضور دارند بنابراین مشکلات اجتماعی تهران دارای اهمیت زیادی است. این در حالی است که گسترش و تمیق مسئولیت اجتماعی می تواند در این زمینه کمک زیادی کند. ظرفیت های بالایی در حوزه مدیریت شهری و روستایی از ساخت مسکن گرفته تا معابر، حمل و نقل عمومی، خصوصی، تراکم، پسماند، نوسازی و عوارض های مختلف وجود دارد اما متأسفانه نظارت ها متناسب با این ظرفیت های گسترده نیست. شدت تغییرات مدیریتی در حوزه مدیریت شهری به حدی بالا است که همه سعی می کنند برای حفظ سمت و پست خود به مسئولان رده بالا وصل شوند بنابراین نظارت بر عملکرد مدیران زیردست خود را رها می کنند و ممکن است زمینه بروز فساد فراهم می شود از سویی در برخی موارد دیده شده که فردی که در منطقه ای تخلف می کند او را در حوزه دیگری به کار می گیرند و این اقدام به هیچ وجه درست نیست و زمینه افزایش تخلفات و فسادها را در حوزه مدیریت شهری افزایش می دهد. باید برای ایجاد ساختار نظارتی قدرتمند برای نظارت بر فعالیت شوراهای شهر و شهرداری ها چاره جویی کرد و شورایاری ها به دلیل حضور در کف محلات می توانند یکی از ابزارها و بازوهای نظارتی باشند البته به شرطی که شورای شهر به آنها بها دهند؛ مدیریت یکپارچه شهری از بروز



در دومین روز همایش مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت تأکید شد؛

تأکید وزیر نفت بر توجه همه زیرمجموعه های وزارت نفت به مسئولیت اجتماعی

دومین روز از پنجمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت با سخنرانی مهندس بیژن زنگنه وزیر نفت به صورت مجازی برگزار شد. وزیر نفت که در اختتامیه این همایش سخن می گفت با اشاره به اهمیت تدوین نظام نامه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت خاطر نشان کرد: پروژه های صنعت نفت در فضایی انجام می شود که در یک محیط خرد با طبیعت و مردم در ارتباط است. به همین دلیل باید با هر دو دوست باشیم و با احترام با آنها برخورد کنیم.

مهندس بیژن زنگنه ادامه داد: در همایش مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت جامعه شناسان و صاحب نظران دیدگاه هایی را مطرح کردند که برای بنده به عنوان یک مدیر جنبه کاربردی و عملی دارد و می توان بسیاری از این ایده ها را در عمل اجرا کرد. به صورت طبیعی هرچه این ارتباطات بیشتر شود کیفیت اجرایی پروژه ها نیز بیشتر خواهد شد. در وزارت نفت مسئولیت اجتماعی به عنوان یک نهاد مشاور مدیریتی فعالیت می کند که این وضعیت باید در شرکت ها نیز وجود داشته باشد. نباید موضوعات مهمی چون مسئولیت اجتماعی تنها در حد ستاد کل مورد توجه قرار بگیرد و بلکه باید به صورت موردی در همه شرکت های وابسته به وزارت نفت مورد توجه قرار بگیرد.

وزیر نفت تصریح کرد: تلاش ما در پروژه های صنعتی این است که بدون در نظر گرفتن فشارهای سیاسی اثرات دراز مدت این پروژه ها روی زندگی مردم منطقه مشهود باشد. رضایتمندی مردم برای ما اهمیت زیادی دارد و ما معتقدیم



پروژه های وزارت نفت باید در راستای حل مشکلات مردم و رضایت مندی آنها صورت بگیرد. رویکردی که به مسئولیت اجتماعی ارتباط مستقیم دارد و به همین دلیل وزارت نفت به دنبال این است که به صورت سیستمی و نظام مند مسئولیت اجتماعی را در پروژه های خود به کار بگیرد.

در این همایش همچنین مهندس بهزاد محمدی، معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی و رئیس شورای سیاستگذاری همایش با موضوع رویکردها و سازوکارهای عمل به مسئولیت اجتماعی در صنعت پتروشیمی

در زمینه

توسعه فرهنگی و اجتماعی زنان در مناطق و حوزه های اولویت دار صنعت نفت سخنرانی کرد. ایشان خاطر نشان کرد: مفهوم مسئولیت اجتماعی در چند دهه اخیر تغییر کرده است. در گذشته برای بنگاه های اقتصادی تنها موضوع سودآوری دارای اهمیت بود؛ این در حالی است که در شرایط کنونی موضوعاتی مانند مردم و محیط زیست نیز برای بنگاه های اقتصادی اهمیت پیدا کرده است. نکته مهمی که در این زمینه وجود دارد این است که در موضوع مردم به تفاوت های جنسیتی توجه نمی شود. این در حالی است که در مناطق بومی که رویکرد صنعتی در آنجا اعمال می شود مفهوم جنسیت دارای اهمیت است. به همین دلیل در نظام نامه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت موضوع خانواده و زنان در اولویت های مهم قرار دارد. حتی قرار است بودجه ای نیز به زنانی که به شکل های مختلف با پروژه های صنعتی در ارتباط هستند اختصاص یابد. نکته دیگر به موضوع آموزش جنسیتی مسئولیت اجتماعی پروژه های صنعتی باز می گردد که در این زمینه نیز در نظام نامه تدوین شده موارد مهمی ذکر شده است.

دکتر علی اکبر تاج مزینانی، رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی نیز در این همایش سخنرانی کردند. موضوع سخنرانی ایشان شناخت اجتماعی در مسئولیت های اجتماعی صنعت نفت بود. رییس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی خاطر نشان کرد: در علوم اجتماعی سه پارادایم اصلی شناخت داریم که از طریق آنها پدیده های اجتماعی شناخته می شود. این سه پارادایم شامل اثبات گرا یا عقلانی، تفضیلی یا غیرعقلانی و انتقادی است. هر کدام از این پارادایم ها نیز ویژگی های خاص خود را دارند و به شکل متفاوتی از شناخت منجر می شوند. بدون تردید استفاده از همه این پارادایم ها به خصوص در جوامع محلی می تواند در تحقق مسئولیت اجتماعی موثر باشد.

لازم به ذکر است در این مراسم گزارش پایداری شرکت پالایش نفت تهران و گزارش پایداری شرکت پیدبلند خلیج فارس نیز ارائه شد.



سخنرانی کرد.

مهندس محمدی در این زمینه تصریح کرد: شروط تحقق مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار با اقتصاد و محیط زیست در ارتباط است. به همین دلیل اگر شرایط برای بهبود وضعیت اقتصادی و محیط زیست فراهم باشد ما می توانیم شاهد تحقق توسعه پایدار باشیم. در کف و پایین ترین سطوح هر بنگاه اقتصادی به صورت طبیعی مسئولیت های اقتصادی و قراردادی و حقوقی قرار دارد. در سطح توسعه یافته این رویکرد ما با مسئولیت های اخلاقی، بشردوستانه و خیرخواهانه مواجه هستیم. ما زمانی می توانیم از مسئولیت اجتماعی یک بنگاه اقتصادی صحبت کنیم که مسئولیت اجتماعی به عنوان یک استراتژی در بدنه راهبردی آن سازمان قرار داشته باشد. در زمینه ذینفعان داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی همواره جامعه داخلی مهم ترین ذینفع به شمار می رود. شرکت ها از نیروی انسانی و محیط زیست جامعه در راستای تقویت برند خود استفاده می کنند. به همین دلیل هر چه منابع سالم تر و قوی تر باشد به همان اندازه برند مربوطه اعتبار بیشتری کسب می کند. در چنین شرایطی و در یک سیکل دوطرفه هنگامی که برند اعتبار پیدا کرد می تواند با اطمینان سازی اجتماعی در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی فعالیت کند و به جامعه خدمت رسانی کند. این یک رابطه دوطرفه بین جامعه و برندهاست که زمینه ساز توسعه پایدار خواهد بود.

دکتر زهرا حسین زاده، مشاور مدیرعامل شرکت ملی گاز در امور بانوان دیگر سخنران این همایش بود که

در پنجمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت بررسی شد؛

مهم ترین چالش ها و فرصت های مسئولیت اجتماعی صنعت نفت



همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت

Corporate Social Responsibility Conference in Petroleum

عزم جدی برای تحقق مسئولیت اجتماعی به وجود آمده و در آینده شاهد اتفاقات خوبی در زمینه مسئولیت اجتماعی خواهیم بود. سخنران بعدی مراسم دکتر سید مهدی هاشمی مدیرعامل سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت با موضوع رویکردها و تجربه مقابله با شیوع ویروس کرونا بود. ایشان در این همایش تصریح کرد: سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت در حوزه مسئولیت اجتماعی خدمات رسانی مناسب و تعهد اجتماعی را سرمشق کار خود قرار داده است. این در حالی است که تاکنون در حوزه بهداشت و درمان موضوع مسئولیت اجتماعی مورد توجه جدی قرار نگرفته است یا در اولویت های اصلی قرار نداشته

مهندس تربتی خاطرنشان کرد: مسئولیت اجتماعی مقوله ای است که چه ما بخواهیم و چه نخواهیم باید به سمت تحقق آن حرکت کنیم. اگر قصد نداشته باشیم در این زمینه برنامه ریزی کنیم ناگزیر هستیم به صورت غریزی عمل کنیم و اگر قرار است برنامه ریزی داشته باشیم باید نظام نامه و هدف برای خود مشخص کنیم که این اتفاق در وزارت نفت رخ داده است. وزارت نفت با تدوین نظام نامه مسئولیت اجتماعی خود را وارد پروسه پاسخگویی کرده است. به همین دلیل ما به دنبال این هستیم که در آینده بخش هایی از هزینه های پروژه های وزارت نفت را به مقوله مسئولیت اجتماعی اختصاص بدهیم. خوشبختانه در وزارت نفت

پنجمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت صبح روز چهارشنبه ۲۴ دی ماه به صورت مجازی با حضور مسئولان و چهره های علمی دانشگاهی برگزار شد. در این همایش مهم ترین چالش ها و فرصت های مسئولیت اجتماعی صنعت نفت مورد بررسی قرار گرفت و سخنرانان همایش درباره جوانب مختلف مسئولیت اجتماعی در حوزه نفت و گاز سخنرانی کردند. مهندس حسن منتظر تربتی معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی گاز و رئیس همایش اولین سخنران این همایش بود که با موضوع رویکردها و سازوکارهای عمل به مسئولیت اجتماعی در صنعت گاز سخنرانی کرد.

مورد استفاده و توجه مردم قرار بگیرد به معنای این است که در مسیر مسئولیت اجتماعی قرار گرفته است. هنگامی که نتایج علمی پژوهشگاه در زنگی مردم و رفاه آنها احساس شود مردم به این نتیجه می‌رسند که این پژوهشگاه به دنبال حل مشکلات مردم و آینده‌نگری درباره رفاه آنهاست. نگاه دوم مسئولیت‌هایی است که به صورت مستقیم جز مسئولیت‌های اساسنامه‌ای ما نیست. با این وجود به دلیل رویکردی که در وزارت نفت در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته ما به گستره وسیع تری از وظایفی فکر می‌کنیم که اگر چه جز وظایف اساسنامه‌ای نیست اما می‌تواند جزئی از مسئولیت‌های اجتماعی ما به شمار رود. به همین دلیل ما در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای خود مسئولیت‌هایی را قائل هستیم که در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی تعریف می‌شود.

آخرین سخنران همایش امروز مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت مهندس سید امید شهیدی نیا مدیرعامل سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی بود که با موضوع اقدامات مرتبط با فعالیتهای حوزه مسئولیتهای اجتماعی شرکت‌های مستقر در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی در این همایش سخنرانی کرد.

مهندس شهیدی نیا خاطر نشان کرد: ما باید وظایف خود را در حوزه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت مشخص کنیم و برای آن برنامه ریزی کنیم. تنها در چنین شرایطی است که ما می‌توانیم گام‌های مهمی در زمینه مسئولیت اجتماعی برداریم. بدون تردید در شرایطی که چنین بستری فراهم نباشد ما با موانع و چالش‌هایی مواجه خواهیم بود. یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر توسط صنعت نفت صورت گرفته کمک‌رسانی لجستیکی به حوادث و بلایای طبیعی بوده است. به همین دلیل ما امیدواریم در آینده مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت با اولویت بندی صحیح و کاربردی به اهداف خود دست پیدا کند.

لازم به ذکر است ارائه گزارش پایداری شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب و ارائه گزارش پایداری شرکت پالایش گاز فجر جم از دیگر برنامه‌های این همایش بود و در پایان این همایش نیز سخنرانان به سوالات شرکت کنندگان در همایش پاسخ دادند.

است. با این وجود از سال ۲۰۱۰ در حوزه بهداشت یک پارادایم جدید شکل گرفت که در مورد عدم آسیب زدن به محیط زیست و در نظر گرفتن منافع همه ذینفعان بود. اگر به تاریخ صنعت نفت توجه کنیم به این نتیجه می‌رسیم که موضوع مسئولیت اجتماعی در این صنعت همواره مورد توجه قرار داشته است. به همین دلیل ما به دنبال این هستیم در این حوزه اتفاقات مهم تری در آینده رخ بدهد. مهندس ناصر بابایی، معاون مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی سومین سخنران این همایش بود. مهندس بابایی که در موضوع ساختارهای مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی و زیرمجموعه سخنرانی می‌کرد تصریح کرد:

مسئولیت اجتماعی مانند یک پازل در یک سیستم مدیریتی است. به همین دلیل برای اینکه بتوانیم در این زمینه توفیق‌هایی به دست بیاوریم نیاز به یک توجه مدیریتی قوی نسبت به این موضوع داریم. مسئولیت اجتماعی در نهادهایی به نتیجه می‌رسد که استراتژی محور باشند و در یک ساختار سیستماتیک و نظام مند کار کنند. مفاهیمی مانند مدیریت دانش که در گذشته از اهمیت زیادی برخوردار بوده اما در نهایت نهادینه نشده به دلیل فقدان ساختارهای مناسب تصمیم‌گیری و نظام مند بوده است. به همین دلیل برای تحقق مسئولیت اجتماعی در حوزه صنعت نفت همه شرکت‌های زیرمجموعه این وزارتخانه باید این ساختارهای نظام مند را در درون خود به وجود بیاورند.

دکتر جعفر توفیقی رئیس پژوهشگاه صنعت نفت سخنران بعدی این همایش بود با موضوع رویکردهای مسئولیت اجتماعی پژوهشگاه صنعت نفت بود که عنوان کرد: ما از دو زاویه به موضوع مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت نگاه می‌کنیم. نخست شرایط اساسنامه‌ای است که تلاش می‌کنیم براساس وظایف و تکالیفی که برعهده داریم به شکلی عمل کنیم که مخاطب آن به صورت مستقیم یا غیر مستقیم مردم باشند. هنگامی که دست‌آورد‌های پژوهشگاه نفت که از بودجه دولتی استفاده می‌کند

مسئولیت اجتماعی شرکت ها و شهروندان و فعالان اقتصادی در توسعه شهرها

رسانه مسئولیت اجتماعی: منظور از توسعه شهرها چیست؟

با توجه به مطالب ارائه شده لازمه توسعه شهرها تقویت زیر بنای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه شهری است. جامعه شهری در واقع به مجموعه افرادی اطلاق می شود که در اشکال متفاوتی همچون فعالان اقتصادی، شرکت ها و یا شهروندان مشغول به فعالیت هستند. همه ی اقشار ذکر شده تاثیر شگرفی بر میزان توسعه شهرها دارند. در ادامه این مقاله نقش هر یک از این اقشار بر توسعه شهرها بررسی می شود.

نقش شهروندان بر توسعه شهرها

در جامعه امروز ما، به نیازهای اولیه شهری افراد پاسخی داده نمی شود. به طور مثال در بسیاری از شهرها جاده ها و معابر عبوری نیازمند ترمیم هستند، عملی ساده که سال ها نادیده گرفته شده است.

با توجه به اینکه بسیاری از استراتژی ها و برنامه توسعه شهرها زیر نظر دولت صورت می گیرد بسیاری از شهروندان گمان می کنند که آنها در توسعه شهرها نقشی ندارند. اما باید گفت توسعه شهرها خصوصا در کشورهای جهان سوم به علت زیرساخت های ضعیف نیازمند مشارکت تمام جامعه است. در زیر برخی از نقش های شهروندان در توسعه اقتصادی اشاره می شود:

شهروند و توسعه شهری

* آگاهی از حقوق شهری: هر فردی که در

جامعه زندگی می کند

داری یک سری حقوق

فرهنگی و اجتماعی

توسعه شهرها شامل مجموعه اقداماتی است که رشد اقتصادی، بهبود زیرساخت های شهری، کاهش فقر، کاهش بیکاری، بهبود مدیریت شهری و ... را به همراه دارد. در کشورهای در حال توسعه، بسیاری از روستایی ها به علت شرایط بد زندگی، به زندگی شهری رو آورده اند که این امر منجر به شلوغ شدن شهرها و افزایش حومه نشینی شده است. از طرف دیگر مشکلات اقتصادی و فرهنگی حل نشده شهری مزید بر علت عدم توسعه شهرها شده است. برای توسعه شهرها باید یک برنامه طولانی مدت و هدفمند با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی طراحی کرد. هدف از این برنامه نه تنها برطرف کردن نیازهای نسل حاضر بلکه باید دور اندیشی برای نسل های بعدی نیز باشد. با توجه به مطالب ارائه شده می توان توسعه شهرها را دغدغه ای جهانی برای بهبود جوامع انسانی دانست.

توسعه شهرها

به طور کلی اهداف توسعه شهرها را می توان در ۴ حوزه زیر قرار داد:

* حداقل مصرف از فضا در راستای حفظ منابع طبیعی

* بهبود سیستم مدیریت شهری

* دسترسی یکسان به منابع

* حفظ فرهنگی و اجتماعی

زندگی اجتماعی رعایت حقوق فردی و اجتماعی دیگران است. نادیده گرفتن حقوق یکدیگر سبب صرف شدن وقت جامعه برای امور بی ارزش می شود.

* **پرداخت مالیات:** شهروندان با پرداخت به موقع مالیات و عوارض های تعریف شده می توانند به برداشتن موانع اقتصادی توسعه شهرها کمک کنند.

نقش شرکت ها و فعالان اقتصادی بر توسعه شهرها فعالان اقتصادی و شرکت ها به عنوان بنیادهای موثر بر نظام اقتصادی شهری می توانند در توسعه شهرها نقش داشته باشند. در کشورهایی در حال توسعه همواره کمبود کار و بحران های اقتصادی وجود دارد که این قبیل امور می تواند با مشارکت بنیادهای اقتصادی مرفح شود.

به طور کلی فعالان اقتصادی و شرکت ها می توانند با کاهش هزینه ها، افزایش درآمدها، مشارکتهای اقتصادی، اجرای اقتصاد مقاومتی، توسعه شهری و ایجاد فرصت برای سرمایه گذاران شهری اثرات مثبتی بر توسعه شهرها داشته باشند. در ادامه به صورت خلاصه نقش شرکت ها و فعالان اقتصادی مورد بررسی قرار می گیرد.

* **بهبود شرایط اقتصادی:** شرکت ها و فعالان اقتصادی از یک طرف با پرداخت مالیات و از طرف دیگر با کاهش تراکم افراد بیکار می توانند در بهبود شرایط اقتصادی یک جامعه موثر باشند. در واقع سرمایه گذاری می تواند به خودی خود سبب توسعه اقتصادی شود. پس می توان گفت فعالان اقتصادی و شرکت ها به صورت مداوم به بافت شهری سود نهایی و ارزش افزوده تزریق می کنند و همین امر سبب اهمیت یافتن آنها شده است. همچنین شرکت ها و فعالان اقتصادی با استفاده درست از منابع می توانند موجب کاهش آلودگی های زیست محیطی و ... شوند.

است که تا آنها را مطالبه نکند پاسخی نخواهد گرفت. آگاهی داشتن از حقوق شهروندی و رعایت آن امری است که به توسعه زیر ساخت های فرهنگی اجتماعی کمک می کند.

* **حضور در انجمن های فعال:** انجمن های بسیاری جهت بهبود کیفیت زندگی شهری ایجاد شده اند. بسیاری از این انجمن ها مردم نهاد هستند. حضور فعال شهروندان در این قبیل انجمن ها می تواند به روند توسعه شهرها سرعت ببخشد زیرا اهداف تعریف شده در این انجمن ها در راستای اهداف دولت در جهت توسعه شهرها قرار دارد.

* **مشارکت در امور عمومی:** متأسفانه در بسیاری از شهرها شاهد آسیب دیدن آثار تاریخی، آلودگی پارک ها، زباله های رها شده و ... هستیم. همه ی این موارد پیامدی جز زشت شدن چهره شهر در پی ندارند. از طرف دیگر می توانند پایه های فرهنگی یک جامعه شهری را برای نسل های بعد، سست کند. باید شهر مانند خانه فرض شود و همه شهروندان در تمیزی و سلامت آن کوشا باشند. امروزه پاک نگه داشتن هوا، تفکیک زباله، اهمیت دادن به بازیافت و ... نیز از مسئولیت هایی است که بر شانه شهروندان قرار داده شده است.

* **شهروند منتقد:** انتقاد به معنای قضاوت منصفانه امور مختلف است. یک شهروند باید علاوه بر آگاهی داشتن از اصول توسعه شهرها، ناظری سخت گیر و منتقد باشد.

* **جمع گرایی:** شهروندان باید بدانند لازمه



اقتصادی به صورت مستمر است. شرکت ها و نهادهای اقتصادی با شرکت در مشارکت های اقتصادی علاوه بر توسعه شهری می توانند سبب رونق اقتصادی در شهر نیز شوند. این امر در بهینه سازی مصرف منابع بسیار اثر گذار است همچنین می تواند سبب ایجاد فرصت برای سرمایه گذاری شهری نیز شود.

*** اقتصاد مقاومتی:** منظور از اقتصادی مقاومتی رشد اقتصاد در کنار کاهش آسیب پذیری آن است. در واقع منظور از اقتصاد مقاومتی کشیدن حصار نیست بلکه رشد اقتصادی در کنار تمام تحریم ها است. فعالان اقتصادی و شرکت ها با سرمایه گذاری در زمینه های مختلف و به کارگیری نیروهای متخصص علاوه بر توسعه شهری سبب استقلال کشور از کالاهای وارداتی که تحت تحریم است، نیز می شوند.

شرکت ها و فعالان اقتصادی موثر بر توسعه شهرها



سخن پایانی

هدف از توسعه شهرها پیش بردن یک جامعه شهری به سوی عدالت اجتماعی است. رسیدن به این هدف تنها با تکیه بر توان دولت میسر نمی شود. عوامل متعددی می توانند مانع برنامه های توسعه شهرها چه در بلند مدت و چه کوتاه مدت شوند. آنچه سبب مرتفع شدن موانع موجود می شود حضور فعال تمام اقشار جامعه در برنامه های توسعه شهری است. همانطور که گفته شد اگر هر یک از اقشار جامعه به وظایف خود آگاه باشند و آنها را به درستی انجام دهند می توان انتظار داشت که مسیر توسعه شهرها با سرعت بالاتری طی شود. متأسفانه افزایش روزافزون مشکلات اجتماعی و فرهنگی و عدم ارائه راهکارهای مناسب برای آنها سبب شده است برنامه های توسعه شهرها عقب بماند.

حمیدرضا آزادواری، کارشناس ارشد مدیریت

شهری و معاون اقتصادی و مالی

شهرداری منطقه ۲۱ تهران



*** بهبود شرایط اجتماعی:** یکی از معضلاتی که گریبانگیر بسیاری از شهرها است و مانع از توسعه آنها می شود، بیکاری است. فعالان اقتصادی و شرکت ها می توانند در ایجاد بسترهای کاری متنوع فعال باشند. باید بپذیریم بیکاری می تواند ریشه بسیاری از مشکلات اجتماعی باشد بنابراین به کارگیری نیروهای کار در از بین بردن مشکلات اجتماعی مرتبط با بیکاری موثر است.

*** بهبود شرایط فرهنگی:** لازم است شرکت ها و فعالان اقتصادی به زیرساخت های فرهنگی شهرها توجه داشته باشند. بدون شک رشد فرهنگی یک جامعه علاوه بر بهبود توسعه شهرها می تواند اثر مثبتی نیز بر اقتصاد شهرها و روند کاری آنها داشته باشد.

*** کاهش هزینه:** فعالان اقتصادی با پیشبرد سریع پروژه های شهری سبب کاهش هزینه های حاصل از پروژه های نیمه کاره و یا ناتمام می شوند.

*** مشارکتهای اقتصادی:** یکی از دستاوردهای شرکت ها و فعالان اقتصادی افزایش درآمد های شهری چه از طریق اجرای پروژه و چه از طریق پرداخت مالیات است. لازمی موفقیت یک شرکت تنها درآمد زایی در بازه زمانی محدود نیست بلکه استفاده از منابع

انتشار اخبار اقدامات مسئولیت اجتماعی اولین گام برای فراگیر کردن مسئولیت اجتماعی

میلاد تکسیبی

اقدام کمیسیون آزادی مطبوعات آمریکا می‌داند. این نظریه، مفهومی فراتر از قانون است و به نقشی مربوط می‌شود که سازمانها در بهتر شدن جامعه انجام می‌دهند. رسانه‌ها امروز تا حدی به تار و پود جامعه مبدل شده و تعاملات دیگر نهادها را هماهنگ می‌کنند و بعنوان یک نهاد مسئولیت پذیر و تا حدی مسئولیت ساز در رشد اجتماعی مؤثر می‌باشند. علاوه بر این رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم، مدل پاسخگویی را در سازمانها، نهادینه نموده و این مدل زمینه مطالبه را فراهم می‌سازند. به همین دلیل انتشار اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی یکی از مهم ترین رویکردها برای نهادینه کردن و فراگیر شدن مفهوم مسئولیت اجتماعی در جامعه است. در این زمینه نیز سه نظریه وجود دارد. نخست نظریه متقاعدسازی است. در این روش رسانه‌های گروهی با انتشار اخبار مرتبط با اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی به اقناع افکار عمومی درباره پیامدهای مثبت این اقدامات مبادرت می‌کنند. بانیان و حامیان این نظریه بر این باور هستند که تأثیر نهادن بر مخاطبان و مجاب ساختن آنان مستلزم رعایت برخی اصول و قواعدی است که اساساً برگرفته از مطالعات و پژوهشهای صورت گرفته در قلمرو روانشناسی و بویژه روانشناسی اجتماعی است. نظریه دوم به تبیین دامنه اثرات رسانه

مسئولیت اجتماعی، مفهوم تقریباً جدیدی در ادبیات سازمانهای خدماتی، اقتصادی و رسانه‌ها است؛ و از دهه ۸۰ به بعد آثار آن را می‌توان در سازمان‌های دولتی و خصوصی مشاهده کرد. با این وجود تنها سازمانی که بیشترین تأثیر را در حوزه مسئولیت اجتماعی ایفاء نموده است، رسانه‌ها بوده‌اند. رسانه‌ها حلقه رابط بین جامعه و سازمانها و یا مردم با مردم می‌باشند. امروزه سازمانها برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان و سازمانهای رسانه‌ای برای جذب بیشتر مخاطب در حوزه مسئولیت اجتماعی برنامه ریزی می‌کنند. همه سازمان‌ها هم در برابر کارکنان خود و هم در برابر جامعه مسئولیت دارند. رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم مدل پاسخگویی را در سازمانها نهادینه نموده و این مدل زمینه مطالبه را فراهم می‌سازد. این روش، یعنی تسریع فرآیندها در فعالیتهای آنها را فراهم می‌آورد. نظریه مسئولیت اجتماعی شکل‌گیری خود را مرهون یک



تعارض های نظریه مطبوعات آزاد در عرصه تجربی، راه حل مناسب پیدا شود. همه این مسائل نیز به شیوه برخورد رسانه با موضوعات کلیدی مانند مسئولیت اجتماعی ارتباط پیدا می کند. در این زمینه مسئولیت اجتماعی، سطوح متعددی دارد؛ که عبارتند از: یک: چارچوب قانونی که دولت برای مسئولیت های مطبوعات مشخص می کند. دو: چارچوب شغلی که مطبوعات به واسطه مسئولیت های خود تعیین می کنند و سوم چارچوبی ذاتی که افراد روزنامه نگار سطح فعالیت شغلی عالی را تعیین می کنند. شرایط جدید جهانی، اوضاع خاصی برای فرهنگ و اجتماع پدید آورده است. می توان گفت به طور کلی تغییرات و تعاملات فرهنگی در فضایی متفاوت از گذشته صورت می پذیرد. رسانه ها بیش از پیش در زندگی ما حضور دارند و در مواردی بدون آنکه متوجه باشیم، ساعتها مخاطب رادیو و تلویزیون... می شویم. رسانه ها در جهان جدید، یک جهان مجازی می سازند که در این جهان مجازی هر فردی برای برقراری ارتباط، از امکان های متعددی برخوردار است و

لذا شخصیت فرد از طریق مجموعه ارتباطات او ساخته میشود و در اینجا است که از رسانه ای شدن فرهنگ و جامعه سخن گفته می شود.

های عمومی می پردازند. به همین سبب این گروه به نظریه های مربوط به اثرات وسایل ارتباط جمعی معروف شده اند. براساس این نظریه دامنه و گستره رسانه های جمعی به اندازه ای است که می تواند در جهت ارتقا و تعمیق مفهوم مسئولیت اجتماعی گفتمان سازی و جریان سازی فکری و اجتماعی انجام بدهد. نظریه سوم اما به دستکاری اذهان معروف است که براساس آن رسانه ها با تغییر پارادایم های فکری جامعه افکار عمومی را به سمت یک موضوع مشخص که در اینجا مسئولیت اجتماعی است سوق می دهند. براساس این سه نظریه مطرح شده هر چه رسانه ها در زمینه اقدامات صورت گرفته در زمینه مسئولیت اجتماعی فعالیت بیشتری انجام بدهند به همان اندازه به فراگیر شدن و نهادینه شدن این مفهوم در جامعه بیشتر کمک کرده اند. نکته مهم در این زمینه اینکه آزادی و مسئولیت، دو روی یک سکه هستند و همانگونه که رسانه ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه

دارند. به همین دلیل باید بین سه اصل به ظاهر ناسازگار آزادی فردی و آزادی رسانه ها از یکسو و تعهد رسانه ها در برابر جامعه از سوی دیگر، سازگاری ایجاد گردد و برای مقابله با



اینفوگراف مسئولیت اجتماعی

افزایش جرائم و مسئولیت اجتماعی

عبدالصمد خرمشاهی



با دقت به جرائم رخ داده در کشور متوجه می شویم جرائم در ایران با دو اتفاق مهم مواجه شده است. نخست اینکه جرائم نسبت به گذشته شنیع تر، خشن تر و بی پرده تر شده و دوم اینکه قبح جرم در جامعه فرو ریخته و بسیاری از مجرمان با علم به عاقبت کار خود دست به ارتکاب جرم می زنند. همه این اتفاقات نشان می دهد که جامعه ایران به سمت خشن تر در حال حرکت است و اگر جامعه شناسان و روانشناسان برای آن راه حل منطقی و علمی پیدا نکنند پیامدهای ناگوار تری در انتظار جامعه خواهد بود. افزایش جرائم در جامعه و وضعیت موجود معلول رویکردهای کوتاه مدت نیست و بلکه برای بررسی این پدیده اجتماعی باید رویکردهای کلی و بلند مدت جامعه را مورد تحلیل و بررسی قرار داد. در جامعه ای که قانون گریزی رواج دارد، عدالت رعایت نمی شود و به نیازهای اولیه افراد کمتر بها داده می شود به صورت طبیعی زمینه تولید جرم به وجود می آید. از سوی دیگر مهم ترین دلیل افزایش جرم و جنایت در جامعه ایران «فقر» است که شامل فقر اقتصادی و فرهنگی می شود. کسی که در زمینه اقتصادی دچار فقر و تنگدستی است فرصتی برای ارتقای فرهنگی خود نیز پیدا نمی کند و در نتیجه دچار فقر فرهنگی نیز می شود. اگر

است. آمارهای رسمی نشان می دهد بیماری های روحی و روانی در بین مردم جامعه افزایش پیدا کرده و از مرز فاجعه گذشته است. هنگامی که فرد با مشکل بیکاری مواجه می شود و حقوق خود را تضییع یافته می بیند دچار مشکلات روحی و روانی می شود. این مشکلات روحی و روانی نیز زمینه را برای جرم و جنایت در سطح جامعه افزایش می دهد. به ندرت اتفاق می افتد که افرادی از نظر اقتصادی و روانی مشکل جدی نداشته باشند و جرائم سنگین در جامعه انجام بدهند. بدون تردید اگر راه حل مناسبی برای مشکلات اقتصادی و اجتماعی مردم پیدا نشود و مسئولان در این زمینه تلاش جدی انجام ندهند جامعه روز به روز عصبی تر و رفتارهای خشونت آمیز اجتناب ناپذیر خواهد شد. نکته دیگر اینکه خشونت با خود خشونت به همراه خواهد داشت. آمارها نشان می دهد که سطح مدارای مردم جامعه ایران نسبت به گذشته کاهش پیدا کرده است. به همین دلیل رسیدگی به این موضوع باید در اولویت های نخست مسئولان قرار بگیرد.

ما حوادث هر روز کشور را بررسی کنیم متوجه می شویم که بیش از نود درصد از ریشه های جرم و جنایت در کشور اقتصادی است. مشکلات اقتصادی ام الفساد جرائم کشور است. دغدغه های اقتصادی با خود بیکاری، اعتیاد و استرس و نگرانی های زیادی به همراه می آورد که هر کدام می تواند زمینه جرم و جنایت را در جامعه افزایش بدهد. فردی که در خانواده ای با مشکلات اقتصادی و روانی ناشی از آن بزرگ شده به صورت طبیعی مستعد ارتکاب جرم و جنایت است. بر اساس آمارهای رسمی که در جامعه منتشر می شود اغلب افرادی که مرتکب جرائم سنگین شده اند در خانواده های پر آسیب و شکننده بزرگ شده اند و از نظر روانی در وضعیت متعادلی قرار نداشته اند. بدون شک اگر مردم جامعه در رفاه زندگی می کردند میزان جرم و جنایت تا حدود زیادی در جامعه کاهش پیدا می کرد. مسائل اجتماعی به صورت زنجیروار به هم متصل هستند. در کشورهای توسعه یافته مانند سوئیس میزان جرم و جنایت بسیار کم و محدود

نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی برگزار شد

نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد.

مریم شقاقی



با عنوان حاکمیت شرکتی و تاثیر آن بر کسب و کار توضیحاتی را ارائه نمودند و ابراز امیدواری کردند وینار SME با همت و همکاری اعضای کمیسیون در انتهای بهمن ماه برگزار گردد. در ادامه دکتر فراهانی، مشاور و کارشناس کمیته حاکمیت شرکتی اتاق ایران در خصوص فعالیت

اولیایی به منظور بررسی اخبار روز و فعالیت های اخیر این کمیسیون به صورت مجازی برگزار شد. در ابتدای این نشست دکتر سید محمود عبادی، رئیس کمیته حاکمیت شرکتی اتاق ایران در خصوص فعالیت های اخیر این مجموعه و همچنین برگزاری نخستین نشست تخصصی حاکمیت شرکتی

نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد. به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران به ریاست دکتر محمود

اسفند ماه خبر دادند. در طول برگزاری این نشست و با مدیریت جناب آقای دکتر محمود اولیایی، حاضرین در نشست سولاتی را مطرح نمودند که با پاسخ مناسب ایشان و سایر عزیزان همراه بود. یکی از حاضرین در نشست درخواست رسیدگی بیشتر به امور کشاورزی در استان سیستان و بلوچستان را خواستار شد که دکتر اولیایی در پاسخ، به اقدامات مناسب و لازم در سطح این استان و نیز خراسان جنوبی به منظور رسیدگی به مسائل و مشکلات مرتبط اشاره نمودند.

همچنین بحث توسعه مشاغل خانگی بانوان مطرح شد تا کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی بتواند با همکاری دستگاه های مرتبط همچون وزارت کار اقدامات مناسبی را در این زمینه داشته باشد. لازم به ذکر است دکتر مسعود بنایان، رئیس کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی بنگاه ها به دلیل کسالت در این جلسه حضور نداشتند و دکتر محمود اولیایی ضمن عذرخواهی از جانب ایشان مدیریت نشست را بر عهده داشتند.

های اخیر این کمیته توضیحاتی ارائه داده و به دو نکته اساسی در این زمینه اشاره نمودند. نخست اینکه در حوزه فرهنگ سازی و آموزش حاکمیت شرکتی همچنان دچار ضعف هستیم و با توجه به ابزارهای لازم که در اختیار مجموعه است، می توانیم در این زمینه اقدامات مناسب را انجام دهیم.

همچنین مساله حاکمیت شرکتی باید به صورت استانی مورد توجه قرار گیرد و به همین منظور می توانیم وینارهای مختلفی را در این زمینه در استان های مختلف برگزار کنیم تا مساله حاکمیت شرکتی از سطح ملی به استانی برسد.

سپس دکتر خارستانی در خصوص فعالیت های اخیر این کمیسیون توضیحات کلی را ارائه نمودند و از تلاش مجموعه در راستای آموزش و فرهنگ سازی مسئولیت اجتماعی سخن گفتند.

ایشان ضمن اشاره به برگزاری وینارهای مختلف در طی چند ماه اخیر مانند مسئولیت اجتماعی در زمان کرونا و مسئولیت اجتماعی و بیماری ایدز و نیز توانایی، از برگزاری چهارمین نشست فصلی این کمیسیون در



ابوالفضل قناعتی عضو هیئت ریسه شورای شهر چهارم تهران در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

مسئولیت اجتماعی باید از شکل شعار به عمل مدیریت شهری تبدیل شود



*مسئولیت اجتماعی چه نقشی در مدیریت شهری دارد؟

در مدیریت شهری باید به دو نکته درباره شهر توجه شد. نخست کالبد شهر و سخت افزارهای فیزیکی است و دوم هویت شهری است. یکی از موضوعاتی که در هویت شهری مورد توجه قرار می گیرد موضوعات اجتماعی مانند مسئولیت اجتماعی است. ما در شورای چهارم شهر تهران که حضور داشتیم در حدود دو هزار میلیارد تومان اعتبار برای موضوعات اجتماعی در نظر گرفته بودیم. دلیل این مسأله نیز این است که مردم شهر باید خود را با هنجارهای موجود شهری هماهنگ کنند. در این زمینه تعامل شهروند با مدیریت

ابوالفضل قناعتی عضو هیئت ریسه چهارمین دوره شورای شهر تهران و مدیرعامل سابق مؤسسه سازندگی شهید همت قرارگاه خاتم الانبیاء است. قناعتی کارشناس مدیریت است. در سوابق اجرایی خود مدیرعامل و عضو هیئت مدیره مؤسسه سازندگی شهید همت، رئیس هیئت بدنسازی و پرورش اندام استان تهران و رئیس سازمان بسیج ورزشکاران تهران بزرگ را به همراه دارد. به همین دلیل و برای بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در مدیریت شهر تهران و چشم انداز آینده «رسانه مسئولیت اجتماعی» با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

کمتر استفاده کنند.

*چرا در حالی که در سال های گذشته موضوع مسئولیت اجتماعی به صورت جدی تری در دستور کار مدیریت شهر تهران قرار داشت این مسأله نسبت به گذشته کم رنگ تر شده است؟

این مسأله به نوع مدیریت شهری در دوره جدید شورای شهر باز می گردد. به هر حال شورای شهر تهران به عنوان اتاق فکر مدیریت شهری قلمداد می شود. اگر قرار است در زمینه مسئولیت اجتماعی اتفاقات مثبتی در تهران رخ بدهد باید این موضوعات پیگیری شود و نتایج آن به صورت مرتب رصد شود. مسئولیت اجتماعی و دیگر موضوعات اجتماعی و فرهنگی نباید تنها به صورت برنامه باشد و بلکه باید با حساسیت مورد پیگیری قرار بگیرد و نتایج آن به صورت ملموس در زندگی شهروندان مشاهده شود. اگر مسئولیت اجتماعی تنها در حد شعار باقی بماند به نتیجه مطلوب نمی رسد و بلکه باید در عمل به نتیجه برسد. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی باید از شکل شعار به عمل مسئولان تبدیل شود. واقعیت این است که توسعه و تکامل شهرهای امروز در گرو شکل گیری الگوهای مدیریت شهری امروزی با رویکردهای عدالت محور ممکن می گردد. در واقع توسعه شهری پایدار و نگاهی منطقی و صحیح نسبت به توزیع بهینه منابع بین نسل های کنونی و نسل های آتی نیازمند بهر گیری از دانش واقع گرا و قابل انعطاف در مدیریت شهری است. این مهم با مسئولیت های اجتماعی و مسدولیت پذیری مدیران شهری پیوند عمیقی دارد. توجه به ارکان مسئولیت پذیری در مدیریت شهر و خاصه مدیران شهری که نقش بسزایی را در توسعه و یا عدم توسعه شهر خواهند داشت و همچنین شاخص های توسعه پایدار و کنشی که میان این ارکان و عناصر و در نهایت اصول مسئولیت پذیری و توسعه پایدار که به نوعی مکمل یکدیگر نیز می باشند، می تواند به رویکردهای جدیدی در حوزه مدیریت شهری همانند حکمروایی خوب شهری و نیز شهر انعطاف پذیر و مانا که همان مفهوم شهر خلاق می باشد، منجر گردد. همه این فرایندها در کنار یکدیگر در نهایت به عدالت اجتماعی در قالب عدالت بین نسلی در شهر و در نهایت شهر پایدار خواهد انجامید.

شهری و همچنین تعامل بین شهروندان موضوعیت دارد و دارای اهمیت است. فرهنگ سراها و سراهای محله که در شهر تهران ساخته شده به همین دلیل بوده است. این نهادهای کمک می کند تا موضوعات اجتماعی بین مدیریت شهری و شهروندان شکل جدی تری به خود بگیرد. یکی از موضوعاتی که در دوره جدید شورای شهر مغفول مانده وضعیت محله های جنوب شهر است.

*چرا محله های جنوب شهر مورد اغفال مدیریت شهری قرار گرفته است؟

بسیاری از محله ها و پارک های جنوب شهر به محلی برای تکدی گری تبدیل شده که به یک ناهنجاری در شهر و جامعه تبدیل شده است. به همین دلیل باید رابطه مردم با مدیریت شهری با هماهنگی بیشتری دنبال شود. رسیدگی به این موضوع به همراه موضوعاتی مانند بهداشت شهری و تعاملات شهری باید در دستور کار مدیریت شهری در زمینه مسئولیت اجتماعی قرار بگیرد. مدیریت شهری نیز باید متوازن و هماهنگ صورت بگیرد. بدون تردید اگر یک بعد شهر تقویت شود و ابعاد دیگر ضعیف باقی بماند با توسعه همه جانبه شهری مواجه نخواهیم بود. به عنوان مثال یکی از موضوعات مهم مدیریت شهری در تهران ترافیک است. بنده معتقدم یکی از راه حل های حل موضوع ترافیک مدیریت یکپارچه شهری است یعنی تمام سازمانها و نهادهای وابسته مربوط که ماموریت شهری در این زمینه داشته و هم خونی دارند در حل این موضوع دخیل شوند. اگر نهادهای مرتبط با بحث ترافیک در قالب مدیریت شهری واحد نباشند مثلاً زیر نظر شورای شهر کار نکنند، نمی توانند به حل این موضوع کمک کنند. به همین دلیل باید فعال کردن و توسعه راههای زیرزمینی و ساخت مترو و توسعه حمل و نقل عمومی در دستور کار شورای شهر قرار بگیرد. حل مشکل ترافیک نیازمند فرهنگ سازی عمومی است. ما مترو کم نداریم اما مردم عادت کرده اند حتی پیاده چند قدمی تا ایستگاه مترو یا خط اتوبوس راه نروند و از پارکینگ خانه شان استارت بزنند و تا پای آسانسور دفتر کار خود با وسیله شخصی بروند. فرهنگ سازی نیازمند همکاری صدا و سیما و معاونت فرهنگی شهرداری است تا مردم به این نقطه برسند که خودشان هم باید کمک و از وسایل نقلیه شخصی

سومین نشست فصلی مسئولیت اجتماعی اتاق ایران برگزار شد

زن با موضوع تعامل بخش خصوصی و سازمان‌های مردم نهاد به
همت کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران
برگزار شد.



گیتی به تشریح فعالیت‌های خیریه و کار آفرینی اجتماعی و ارتباط مستقیم آن با مسئولیت اجتماعی پرداختند. در ادامه وینار به دلیل مشکلات فنی و عدم حضور مهندس ابراهیم جمیلی، رئیس هیئت امنای بنیاد نیکوکاری جمیلی ارتباط با سرکار خانم لیلا محبی فعال اجتماعی و عضو اتاق بازرگانی شیراز برقرار شد و ایشان به تشریح کار آفرینی اجتماعی و مشکلات موجود در سطح جامعه و رفع آن به منظور انجام امور خیریه پرداختند. در پایان وینار نیز حاضرین، به پرسش‌سوالاتی پیرامون بحث پرداختند و اساتید حاضر در وینار پاسخ‌سوالاتشان را بیان نمودند.

میلاد تکسیمی

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، سومین نشست فصلی مسئولیت اجتماعی اتاق ایران با موضوع تعامل بخش خصوصی و سازمان‌های مردم نهاد به صورت وینار برگزار شد.

در ابتدای این وینار ایشار خدادادی، مدیرعامل شرکت بهین مشاوران آتیه ساز مدیریت و مشاور و مدرس ظرفیت سازی و توانمندسازی سازمان‌های مردم نهاد به ایراد سخنان خود پیرامون پایداری روابط برنده-برنده سمن‌ها و سازمان‌های بخش خصوصی پرداختند و به جزئیات مهم و قابل توجهی در این عرصه اشاره نمودند. سپس رضوان افراشته پور، مدیرعامل مؤسسه راهبرد سپهر افرا و عضو هیئت امنای و هیئت مدیره مؤسسه مهر

چگونه خبرنگاران اصطلاح «فیک نیوز» را در گزارش‌هایشان به کار می‌برند؟

دانستنی آنلاین: در سالیان اخیر، «فیک‌نیوز» به یکی از مهم‌ترین مباحث رسانه‌ای تبدیل شده است. با این حال، هنوز هم در رسانه‌های گروهی به کرات این اصطلاح را در جاهای غلط به کار می‌برند؛ آنچنان که بعضی از پژوهشگران و دیگر افراد حاضر در صحنه‌های اجتماعی تقاضا دارند که از به کارگیری این اصطلاح در گفتمان‌های اجتماعی به‌طور کلی دست کشیده شود.

دکتر داریوش عباسی؛ روزنامه‌نگار



خبری به‌طور روزافزون این اصطلاح در بافت‌های متفاوت دیگری نیز استفاده می‌شد، بافت‌هایی که به دو کاربردی که اشاره شد (اطلاعات فریبده و حمله به رسانه‌ها) هیچ ربطی نداشت. بنابراین بحث فقط بر کاربرد شدن اصطلاح «فیک‌نیوز» نیست؛ فرایند عادی‌شدگی این اصطلاح نیز مورد بحث است.

امروزه اصطلاح فیک‌نیوز (Fake News) بر سر زبان عام و خاص افتاده است. بعضی آن را دائم در گفته‌هایشان تکرار می‌کنند و بعضی استفاده از آن را مذموم می‌دانند (مک‌نایر ۲۰۱۷). در اصل این واژه را پژوهشگران ارتباطات برای اشاره به طنزهای سیاسی استفاده می‌کردند (بایم ۲۰۰۵)، اما از سال ۲۰۱۶ به بعد کاربردهای آن به زمینه‌های دیگر نیز نفوذ کرد، زمینه‌هایی که با صداقت و درستی در روزنامه‌نگاری و روابط سیاسی مرتبط می‌شد.

وقتی که دامنه کاربرد اصطلاح فیک‌نیوز به چنین جاهایی کشید، پژوهشگران در صدد آن برآمدند که برایش تعریف مفهومی و عملی دریابند (تاندو، ک، لیم، و لینگ ۲۰۱۸). اساساً این تعریف‌ها، ترکیب فیک‌نیوز را دارای دو کاربرد چالشی برای جوامع مدرن و دموکرات می‌دانستند.

یک‌نیوز تبدیل به اصطلاحی پرتکرار و تأثیرگذار در پوشش‌های خبری شده است؛ با این حال، بسیار عجیب است که هنوز در این مورد تحقیقات محدودی انجام شده است. هنوز به درستی نمی‌دانیم این اصطلاح را خبرنگاران چگونه به کار می‌برند. در پژوهش پیش‌رو، با روش تحلیل محتوای کمی، در دنیای واقعی، برای پاسخگویی به این سوال شواهدی جمع‌آوری کرده‌ایم. برای انجام این پژوهش به سراغ روزنامه‌های اصلی کشور اتریش رفتیم. گزارش‌های خبری آن‌ها را از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ مطالعه کردیم. و در مجموع ۲۹۶۷ گزارش را جداسازی کردیم. در متن این گزارش‌ها از اصطلاح فیک‌نیوز استفاده شده بود.

خبر جعلی یا همان «فیک‌نیوز» اصطلاحی است که طی چند سال گذشته در رسانه‌های اتریشی بسیار پرکاربرد شده است. متوجه شدیم که آن اوایل این اصطلاح را به‌طور خاص برای اشاره به اطلاعات فریبده به کار می‌بردند اما با گذشت زمان، کاربرد عادی‌تری پیدا کرد و به دایره معنایی بزرگتری گسترش یافت. این دایره معنایی گسترده، گاهی زمینه را برای حمله به بنیاد خبرگزاری‌ها را فراهم می‌کرد. و حتی علاوه بر این، در پوشش‌های

ابراهیم نکو در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

نادیده گرفتن مسئولیت اجتماعی به منزله نابودی بنگاه‌های اقتصادی است



بین کشورهای جهان و به خصوص کشورهای توسعه یافته است. در شرایط کنونی نیز مسئولیت اجتماعی در ابعاد اقتصادی و سیاسی می‌تواند روابط حاکمیت و مردم و همچنین بین عرضه و تقاضا نقش تعیین کننده‌ای داشته باشد. هر چه طرفین احساس مسئولیت اجتماعی بیشتری کنند به همان اندازه شرایط برای بهبود وضعیت فراهم می‌شود. به عنوان مثال اگر شرکت‌های تولیدی در ارائه کالا و خدمات باید به شکلی رفتار کنند که رضایت مندی مشتریان خود را بیشتر کنند. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی به معنای شناخت دقیق جامعه هدف است. امروز هر چه ارائه خدمات با کیفیت و بهتر و دوام بیشتری ارائه شود می‌تواند مشتریان و افراد جامعه را به سمت خود بکشاند. بدون تردید اگر شرکت‌ها و

دکتر ابراهیم نکو نماینده مجلس و دبیر دوره نهم کمیسیون اقتصادی مجلس از حوزه‌های بهارستان و رباط کریم بود و اکنون به عنوان سرپرست حوزه ریاست و روابط عمومی سازمان دهیاری‌ها و شهرداری‌های کل کشور مشغول به کار است. او دبیر مدارس شهرستان‌های رباط کریم و بهارستان بوده در دوره اول انتخابات شوراهای شهر نسیم‌شهر از توابع شهرستان بهارستان توانست رتبه اول شورای شهر را کسب کند. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در حل مشکلات اقتصادی رسانه مسئولیت اجتماعی با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه ما حاصل این گفت و گو را می‌خوانید.

مفهوم مسئولیت اجتماعی یک مقوله پذیرفته شده در

میزان این تاثیر گذاری‌ها باید معقول باشد. وقتی اقتصاد کشوری به طور طبیعی نسبت به اتفاقات پیرامون خود واکنش نشان می‌دهد یعنی از زیرساخت‌های قوی برخوردار بوده و جزئیات را بر اساس برنامه‌ریزی‌های دقیقی مدیریت می‌کنند در حالی که اقتصاد ما واکنش‌های متعارف و قابل قبولی در قبال تحولات خارجی از خود نشان می‌دهد. ما پتانسیل بالای نیروی کار و منابع انسانی داریم و باید از تمامی امکانات و نهادهای تولید و نیز سرمایه‌های موجود برای ایجاد فرصت‌های شغلی لازم و استفاده از نیروی انسانی بهره ببریم.

راهکار شما برای تقویت مسئولیت اجتماعی در بخش اقتصاد چیست؟

مسئولیت اجتماعی تعهدات شرکتی یا سازمانی را در قبال محیط طبیعی و اجتماعی در برمی‌گیرد و این تعهدات را در کنار فعالیت اقتصادی بنگاه قرار می‌دهد. روح این نوع مسئولیت مبتنی بر اخلاق بوده و در کنار نفع اقتصادی، به منافع ذینفعان شرکت یا سازمان نیز توجه دارد. به انجام رسیدن این اهداف از دیدگاه مرکز جهانی توسعه پایدار کسب و کار آن قدر مهم است که بر اساس اسناد این مرکز اگر مسئولیت اجتماعی بخش خصوصی به نحو احسن صورت پذیرد کیفیت زندگی شهروندان به نحو چشمگیری بهبود پیدا می‌کند و عدم انجام آن مسلماً شرایط زندگی شهروندان را بی کیفیت خواهد ساخت. در شرایط اقتصاد امروز ایران با تمام آنکه دولت آن گونه که مورد انتظار است سهم خود را به‌طور شایسته و ملموس در فراهم آوری شرایط مناسب جهت عمل مجموعه‌های خصوصی برای انجام مسئولیت اجتماعی انجام نمی‌دهد اما در دیگر سو آنچه از مسئولیت اجتماعی از سوی بازیگران اقتصادی و بخش خصوصی هم با داشته‌های موجود انتظار است از سوی آنان عمدتاً بی‌پاسخ مانده است. در حالی که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به‌طور سنتی به‌عنوان فعالیتی به شمار می‌رود که شرکت‌ها به‌صورت داوطلبانه درگیر آن هستند، رشد و تأثیر گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی منجر به افزایش درخواست از دولت‌ها برای منظم کردن رفتار اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای متعددی شده است.

بنگاه‌های اقتصادی مسئولیت اجتماعی را نادیده بگیرند چه بسا این اتفاق به نابودی این بنگاه‌ها منجر شود. واقعیت غیر قابل کتمان این است که در بین بنگاه‌های اقتصادی در ایران نسبت به بنگاه‌های اقتصادی مشابه در کشورهای دیگر شاهد مسئولیت پذیری اجتماعی کمتری هستیم.

چرا چنین اتفاقی رخ داده است؟

مسئولیت اجتماعی ایجاب می‌کند ما به جای چشم دوختن به تحولات خارجی به بنگاه‌های خرد اقتصادی توجه کنیم. ما باید بر اساس داشته‌ها و پتانسیل‌های خودمان تصمیم‌گیری کنیم. بخش بزرگی از مشکلات اقتصادی ما حاصل نگاه و سوءمدیریت داخلی طی سال‌هایی طولانی است. وقتی چشم ما به تحولات خارجی باشد از ظرفیت‌های داخلی غافل خواهیم شد. این در حالی است که کشور ما دارای ظرفیت‌های بالا اعم از منابع طبیعی و انسانی است که باید بر آن تمرکز شود. در شرایط کنونی مشکلات اقتصادی مهم‌ترین مشکل مردم است. به همین دلیل نیز مسئولیت اجتماعی ایجاب می‌کند در این زمینه اقدامات موثری انجام بدهیم. برای حل مشکلات اقتصادی بهتر است سرزمین‌شناسی کنیم. به این منظور باید ظرفیت‌های مرتبط با بهره‌وری هر منطقه را شناخته و در آن جهت حرکت کنیم و فقط روی یک نقطه متمرکز نباشیم. کشور ما دارای پتانسیل بالایی در عرصه‌های منابع طبیعی است که ارزش چشمگیری از بُعد زیست محیطی و اقتصادی دارند. بنابراین بهتر است بر سرمایه‌های ملی خود متمرکز شویم و بفهمیم چه چیزی در پس متغیرهای نهادی و ساختاری است و چه چیز در سطح خرد رشد بهره‌وری را تعیین می‌کند. در همین راستا باید رفع موانع کسب و کار، اشتغالزایی، و اصلاح نظام‌های مالی را در دستور کار بگذاریم.

در شرایط کنونی مسئولیت اجتماعی چگونه می‌تواند در زمینه حل مشکلات مردم نقش موثری ایفا کند؟ مسئولان باید با چه رویکردی رفتار کنند؟

مردم دغدغه تأمین معیشت و رفع مشکلات اقتصادی را دارند و نمی‌توانند بپذیرند که تحت تحریم‌ها، برخی ناهماهنگی و سوءمدیریت‌ها این مشکلات را مضاعف سازد. اقتصاد ایران متأثر از اقتصادی جهانی است اما

اینترنتی شدن مزایده های ایران خودرو در راستای عمل به مسؤلیت اجتماعی

سامانه اینترنتی برگزاری مزایده های گروه صنعتی ایران خودرو با هدف عمل به **مسئولیت های اجتماعی** در قبال جامعه از طریق ارائه خدمات غیر حضوری به مشتریان در زمان شیوع و همه گیری بیماری کرونا، آغاز به کار کرد.

منیژه بازیار



رسانه مسؤلیت اجتماعی

نام، در اختیار بودن اطلاعات موضوع مزایده از طریق اطلاع رسانی مناسب وضعیت خودروها در سامانه و بازخوردهای مثبتی از سوی شرکت کنندگان دریافت شده است.

اتحاد رویکرد برگزاری الکترونیکی مزایده ها، هم چنین تاثیر بسزایی در رعایت شیوه نامه های بهداشتی ابلاغی ستاد مبارزه با کرونا داشته است، به نحوی که هیچ گونه ازدحام یا اجتماع غیر قابل قبولی در محوطه مزایده ایجاد نشده است.

در مرحله دوم اجرای این سامانه، برگزاری تمامی مزایده های ضایعات صنعتی و عمومی، اقلام مازاد شرکت ایران خودرو و سایت های تولیدی به صورت اینترنتی در دستور کار قرار دارد. با توجه به آماده سازی زیرساخت های سیستمی در سامانه اینترنتی و سیستم SAP ایران خودرو، پیش بینی می شود در کوتاه ترین زمان ممکن، مرحله دوم نیز آماده بهره برداری شود.

به گزارش رسانه مسؤلیت اجتماعی، ارائه خدمات غیر حضوری و تسریع در انجام تشریفات مزایده خودرو، توسعه جغرافیای برگزاری مزایده به تمام نقاط کشور، افزایش میزان مشارکت متقاضیان و افزایش فضای رقابتی در فروش اقلام مزایده ای از جمله خودروهای کارشناسی، از اهداف مورد نظر در این اقدام است.

به این ترتیب، تمامی مزایده های ایران خودرو، در قالب این سامانه به نشانی <https://auction.ikco.ir> تعریف و برگزار خواهد شد.

در مرحله نخست عملیاتی این سامانه، برای مزایده خودروهای کارشناسی گروه صنعتی ایران خودرو اقدام شده است. تاکنون دو مزایده عمومی خودرو برگزار شده و از نظر حذف زمان ثبت نام حضوری شرکت در مزایده، افزایش زمان ثبت قیمت پیشنهادی در مزایده ها در ساعات غیر اداری، تسهیل در فرآیند ثبت

یادداشت دکتر سعید معیدفر برای «رسانه مسئولیت اجتماعی»؛

مسئولِ جامعه‌ای که نیستیم



معنای تخصصی از مفهوم مسئولیت اجتماعی است که البته کمتر مورد توجه واقع می‌شود. مسئولیت اجتماعی معنای دیگری در بُعد عام و عمومی دارد که در این یادداشت مورد توجه واقع شده است. هریک از ساکنان سرزمین، اجتماع، کشور یا جامعه به سبب عضویت در گروه‌های مختلف خانوادگی، اقتصادی، نهادها و ... صاحب نقش‌ها و مسئولیت‌هایی

منابع ثروتی همچون محیط زیست و تمام انرژی‌های موجود که میراث جامعه است بهره بردای کرده و در آن جامعه در اثر این فعالیت‌ها در زندگی مردم مداخلاتی کرده و ضرر و زیان‌هایی به زندگی اجتماعی وارد کرده‌اند. مسئولیت اجتماعی به معنای جبران این خسارتهای اثرگذاری‌ها و ترمیم دردها و آلام و آسیبهایی است که به جامعه و محیط زیست وارد شده است. این

مسئولیت اجتماعی در واقع یک اصطلاح تخصصی به حساب می‌آید. این عبارت در مفهوم اصلی به معنای مسئولیتی است که بنگاه‌های اقتصادی چه خصوصی و چه دولتی، در قبال بهره‌برداری‌شان از جامعه به عهده می‌گیرند. معمولاً هریک از بنگاه‌های اقتصادی در یک زمینه‌ای به فعالیت مشغول شده و بهره‌برداری از منبع ثروتی در اجتماع را به عهده می‌گیرند؛ از

بی‌اراده هستند که باید مدیریت شوند؛ جمعی که به خاطر فقدان عناصری همچون قدرت تشخیص، عقل و تجربه همواره مصداق مدیریت قرار گرفته‌اند. رابطه این حکومت یا دولت با مردم، یک رابطه محدود و بی‌ارزش است، رابطه‌ای که وجوه مهمی از آن نیز در اوضاع اجتماع امروز ما به روشنی تجربه شده است. شاید تصور ما این باشد که دولت در این جوامع نه تنها از مردم احساس مسئولیت نمی‌طلبد، بلکه خودش نیز در برابر آن‌ها احساس مسئولیت ندارد!



دولت‌های تمامیت‌خواه نه تنها مسئولیتی را متوجه مردم نمی‌دانند، بلکه بر این باورند مردم جایی در عرصه مسئولیت و کنشگری اجتماعی نداشته و یا ندارند، دولت باید به جای آن‌ها تصمیم گرفته و عمل کند. این واقعیت مسئولیت اجتماعی در جوامع توسعه‌نیافته است، واقعیتی که به طور کامل با جریان مدیریت و نمایندگی در کشورهای پیشرفته یا توسعه‌یافته تفاوت دارد. دولت‌های کشورهای توسعه یافته از مردم می‌خواهند که در همه عرصه‌ها تلاش کنند، لحظه‌ای از مسئولیت اجتماعی شان غافل نشده و به همین منظور زمینه حضور مردم در عرصه عمومی و اجتماع را به وسیله ابزارهایی همچون احزاب، صنوف، نهادهای مردمی یا مدنی و ... فراهم می‌آورند. دولت در این سرزمین‌ها کارنامه عملکردش را در معرض رأی

هستند. این معنا از مسئولیت اجتماعی غالباً در محیط‌های اجتماعی استفاده شده و می‌شود. افراد صرفاً نباید از مواهب حضور یا عضویت در یک گروه اجتماعی بهره‌مند شده و مسئولیتی در قبال آن نداشته باشند. آن‌ها در مقابل حقوق و مزایای عضویت در گروه، نهاد و جامعه مسئولیت‌هایی را عهده‌دار می‌شوند که این تا حدودی معنای مسئولیت اجتماعی را برای ما روشن می‌کند. از سوی دیگر نیز با ورود مفهوم دولت به این عرصه می‌توان تعریف جامع‌تری درباره

مسئولیت اجتماعی ارائه کرد. فرض کنید که نهادی به‌عنوان دولت زعیم امور یک اجتماع شده و در صدد است که مدیریت زندگی مردم در عرصه‌های عمومی را نمایندگی کند؛ پس مردم در برابر او مسئولیت‌هایی دارند و همین مسئولیت‌ها بخشی از مفهوم مسئولیت اجتماعی به حساب می‌آید. در همین فراز از بحث، نظر من قابل بررسی شده و با فضای

غالب این مباحث در تقابل قرار می‌گیرد! نهاد دولت در کشورهای حاکمیت استبدادی یا توتالیتر دارند، به یک چیز نمی‌اندیشد و آن هم مسئولیت اجتماعی است. شاید این رفتار دوسویه دولت در برابر مسئولیت اجتماعی منجر به سردرگمی مخاطبان شود، اما ادراک وضعیت مسئولیت اجتماعی در چنین جوامعی نیازمند فهم این سرگیجه است! دولت‌های توتالیتر از مردم می‌خواهند که وظایفشان در عرصه مسئولیت اجتماعی را به خوبی انجام دهند، اما خودشان تلاشی در قبال عمل به وظایف نمی‌کنند. دولت رابطه‌ای یک‌طرفه با مردم دارد، پس تصویری از جایگاه مردم در عرصه مسئولیت اجتماعی نداشته یا ندارد! او این‌گونه می‌اندیشد که مردم جمعی از افراد ضعیف، ناتوان در تصمیم‌گیری یا تصمیم‌سازی و

یک امر جمعی و غیر منفرد به حساب می‌آید، امری که برای احراز آن، حیات و فعالیت جامعه مدنی لازم و ضروری است.

مرور تاریخچه کنشگری اجتماعی و سیاسی در جامعه ایرانی نشان از آن دارد که مردم در برخی برهه‌های زمانی نقش‌آفرینی در عرصه عمومی را به اوج رسانده و زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی را به جامعه بازگردانده‌اند. مهم‌ترین مصادیق این ادعا نیز حضور مردم در جریان‌های انقلاب مشروطه، جنبش ملی شدن صنعت نفت و به ویژه انقلاب اسلامی است که منجر به تغییر نظام سیاسی کشور شد. اما نکته‌ای که در این راستا باید به آن اشاره کرد، استثنا بودن انقلاب‌ها است. ما در جامعه‌ای به ظاهر مدرن و با باطنی غیرمدرن زندگی می‌کنیم. اسباب‌های زندگی مدرن در این جامعه تکمیل نشده است؛ وضعیتی که نه مختص به دوران بعد از پیروزی انقلاب که پیش از آن نیز ادامه داشته است. بروز و ظهور انقلاب‌ها یا جنبش‌ها ناشی از خلأهای جدی در عرصه مسئولیت اجتماعی جامعه به حساب می‌آید. حیات اجتماعی در این دوره‌ها به قدری تهی شده که مردم در پی احیای آن، دست‌به‌دامان جنبش‌ها می‌شوند. ما هرچه جلوتر می‌رویم، جامعه‌مان نقش و کارکرد خود را برای حل مشکلات و معضلات بیش از پیش از دست می‌دهد.

سابقاً مردم برای حل مشکلات و معضلات خود مشارکت می‌کردند؛ به بیان دیگر، برای حل هر مشکلی، اجتماع محلی، قومی و طایفه‌ای رافع مشکل بودند و راساً مداخله کرده و افراد به مسئولیت‌های اجتماعی خود عمل می‌کردند ولی ما به تدریج وارد یک عرصه ابرجامعه شدیم که این عرصه عملاً فاقد آن کارکردها و نقش‌های مورد نیاز از منظر امر اجتماعی است. از آن طرف نیز حاکمیت متمرکز و دولت، مردم را منفعل‌تر و بی‌مسئولیت‌تر کرده‌اند؛ بنابراین، همین‌طور مشکلات به صورت مداوم به وجود می‌آیند و کسی نسبت به آن‌ها احساس مسئولیت نمی‌کند. جامعه امروز ما، آن ابرجامعه، مشتمل بر نقش‌ها، کارکردها، نهادها و تشکلهایی که بتوانند از درون خود جامعه بجوشد و به حل مسائل و معضلات خود کمک کند، نیست. این نقش‌ها و کارکردها یا از سوی حاکمیت منعزل شده یا فرصتی برای شکل‌گیری پیدا نکرده است و در نتیجه،

و نقد عمومی قرار داده و از رهگذر همین مشارکت‌ها، سوپاپ اطمینانی برای استمرار حکومت برقرار می‌کند. رشد و توسعه کشور از رهگذر همین اقدام بیمه شده و در نتیجه سیر توسعه اجتماعی استمرار می‌یابد. وضعیت توجه دولت به مسئولیت اجتماعی در کشور ما به وضعیت نخست شباهت بیشتری دارد! دولت راه‌های اصلی مشارکت مردم در فعالیت‌های انتقادی، اعتراضی یا ایفای مسئولیت اجتماعی را مسدود کرده است. احزاب، سازمان‌های مدنی، نهادهای مردمی و ... به صورت دستوری و تنها در بازه زمانی انتخابات در دسترس هستند؛ پس مردم زمینه لازمی برای احساس مسئولیت اجتماعی و ایفای آن نداشته و ندارند. در این فضا چگونه می‌توان از مسئولیت اجتماعی سخن گفت؟!

از سوی دیگر در کشور ما، عدم توجه به مسئولیت اجتماعی در قانون اساسی نیز خود را نشان داده است. در بند بند و هر جای این قانون سخن از نقش پررنگ دولت‌ها گفته شده است، در حالی که پیش‌بینی دقیقی از نقش‌آفرینی مردم در عرصه اجتماعی نشده و جایگاه اجتماعی مردم مغفول مانده است. همه مسئولیت‌ها به گردن دولت افتاده و دولت نیز در عرصه عمل توان اجرای این مسئولیت‌ها و انتظارات را نداشته و یا ندارد. مردم از مسئولیت‌های اجتماعی‌شان خلع ید شده و راهی برای کنشگری در عرصه اجتماعی، سیاسی پیش رویشان باز نمانده است. این رویکرد در ادامه با برخورد‌های سیاسی تکمیل شده و امکان حضور در عرصه‌های نقش‌آفرینی را برای مردم تنگ‌تر از پیش کرده است.

مفهوم مسئولیت اجتماعی در جامعه ما به درستی ادراک نشده و برای بررسی دقیق‌تر این مفهوم باید یک گام به عقب بازگشت! باید از دولت خواست که اگر مردم را مسئول در عرصه عمومی می‌داند و حقی برای نقش‌آفرینی آن‌ها قائل است، در کدام بستر باید به این مسئولیت جامعه عمل پوشاند؟ تمایل دولت‌ها به منفعل نگه داشتن مردم، با معنای مسئولیت اجتماعی سازگار نیست. اگر مردم تمایل به نقش‌آفرینی داشته باشند، کدام نهاد، حزب، صنف، انجمن یا تشکل مردمی در این مسیر وجود دارد که توان سازماندهی و ایفای کنش‌های جمعی و اجتماعی مردم را داشته باشد؟ این

ما امروز تنها با نام یک کشور و نه یک جامعه مواجه هستیم.

اما مسئولیت اجتماعی به معنای انقلاب نیست. جامعه در حالت نرمال دارای تقسیم‌بندی‌های اصلی است که آن را به مفهوم جامعه نزدیک می‌کند. اما به‌زعم من، از آغاز شکلگیری دولت مدرن تا امروز ما پدیده‌ای به نام جامعه ایرانی نداشته و نداریم! جامعه جایی است که نهادها و ساختارهای مشخصی در آن وجود دارند، هر یک از این نهادها و ساختارها به کارکردهای ویژه‌ای دارند و مقوم جامعه هستند. دولت‌ها از سال‌های پیش تا امروز اجازه رشد و تکامل این معنا از جامعه ایرانی را نداده‌اند، تفاوت چندانی هم در وضعیت این جامعه در دوره پیش و پس از انقلاب وجود ندارد. تنها نهادی که در این جامعه وجود داشته و دارد و به رسمیت شناخته شده است، نهاد خانواده است؛ هشتاد و چند میلیون نفر ایرانی که تنها در نهاد خانواده سامان یافته‌اند و همین امر منجر به

آشفته‌گی و سوء کارکرد آن نیز شده است. خانواده ایرانی امروز متحمل بار کارکرد نهادها و ساختارهای دیگری است و همین امر منجر به بروز فساد و بی‌نظمی در بخش‌هایی از عملکرد نهاد خانواده شده است. نهاد خانواده تنها واحد کوچکی از جامعه است، مسئولیت اجتماعی در حیطه وظایف و کارکردهای این نهاد نبوده است. اگر جامعه به سمت احراز شرایطی پیش می‌رفت که مسئولیت اجتماعی

در آن پررنگ می‌شد، انحصار نهادی از دست دولت خارج و زمینه نقش‌آفرینی مردم در عرصه اجتماعی فراهم می‌شد، مفهوم تازه‌ای از جامعه به حیات سیاسی و اجتماعی ایرانیان راه پیدا می‌کرد، مفهومی که روحی تازه در کالبد اجتماع و جامعه ایرانی می‌دمید.

دولت‌ها نباید تمام تمرکزشان را بر منافع دولتی و یک‌سویه بگذارند. اگر مفهوم دولت، مسئولیت

اجتماعی و جامعه در ایران اجرایی شده بود، ابعاد فساد در جامعه ما کمتر، ناکارآمدی‌های دولتها در حوزه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی محدودتر و نقش مردم در عرصه عمومی پررنگ‌تر از امروز می‌شد. برای مرور و تبیین چارچوب واقعی مسئولیت اجتماعی باید یک گام به عقب بازگشت! ما اول به چارچوب هویتی این جامعه نگاه می‌کنیم و وقتی متوجه فقدان عناصر مهمی در آن می‌شویم، قادر به سخن گفتن درباره مسئولیت اجتماعی نیستیم. این جامعه در شرایطی دست به یک اقدام مشترک، جنبش یا انقلاب می‌زند که جان‌به‌سر شده باشد! آن‌ها هر روز شاهد تضعیف توانشان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی هستند. وقتی کارد به استخوان رسیده یا اتفاقی رخ می‌دهد که تاب‌وتوان این جامعه درهم شکسته می‌شود، به یک‌باره آن‌ها به خیابان آمده و چیزی شبیه به وقایع دیماه سال ۱۳۹۶ و آبان ۱۳۹۸



را رقم می‌زنند. روشن است که این واکنش‌ها از نوع دفعی بوده، همراه با خشونت، چندپارگی و عدم مدیریت است، واکنش‌هایی که غالباً نتیجه مدنی و اجتماعی رشد یافته‌ای به دنبال خود نداشته و کشور و مردم ایران را چند گام به عقب تر بر می‌گرداند و ادامه چنین روندی نه تنها جامعه را در مسیر تعالی و رشد و توسعه قرار نمی‌دهد بلکه روند فروپاشی آنرا تحکیم می‌بخشد.

پانزدهمین همایش بین المللی مدیریت سبز برگزار شد

رسانه مسئولیت اجتماعی: پانزدهمین همایش بین المللی مدیریت سبز با محوریت زنان و توسعه پایدار از سوی انجمن مدیریت سبز ایران برگزار گردید.



به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، پانزدهمین همایش بین المللی مدیریت سبز با محتوای زنان و توسعه پایدار با حضور مهمانان و سخنرانان داخلی و خارجی و به دلیل شیوع ویروس کرونا به صورت مجازی برگزار شد.

در این همایش که به صورت همزمان از شبکه آپارات پخش گردید و مهمانان یکی پس از دیگری به ایراد سخنرانی در زمینه زنان و توسعه پایدار پرداختند، دکتر محمد امامی دبیر انجمن مدیریت سبز ایران گفت: در ابتدای این همایش از اعضای حقیقی و حقوقی انجمن مدیریت سبز و نیز از مهمانان ویژه و مدیران و کارشناسانی که دعوت ما را پذیرفتند و همچنین از کلیه حاضرین در این همایش تشکر می نمایم.

دکتر امامی گفت: امسال برخلاف سال های گذشته که همایش با حضور مهمانان بین المللی در مکان

همکاران دبیرخانه انجمن مدیریت سبز ایران و بویژه همکاران در دفتر یزد و همچنین همکاران رسانه ای همچون گروه رسانه ای دانستی تشکر می نمایم. وی با تبریک روز مهندس در همین راستا ادامه داد: ما از پیش تلاش کردیم این مراسم در روز مهندس برگزار شود که بتواند در راستای تحول، تغییر و اندیشه های نو کارساز باشد. ضمن اینکه شرکت های بسیاری نیز در فرآیند ارزیابی پانزدهمین دوره جایزه مدیریت سبز ایران، هشتمین دوره نشان محصول سبز، دهمین دوره دفتر کار سبز، شانزدهمین دوره

هایی همچون برج میلاد و سالن همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می گردید و به دلیل شیوع کرونا ناچار به برگزاری مجازی همایش شدیم. همین شرایط نیز با حمایت اتاق بازرگانی ایران، بنیاد جهانی انرژی، جامعه مدیریت سبز اروپا، شورای عالی ساختمان سبز اتریش و آلمان، انجمن ساختمان سبز ایران، جامعه شهرهای پایدار و هوشمند سازمان ملل، جامعه جهانی زنان حرفه ای و برخی شرکت ها و موسسات مهیا شده است و من ضمن تشکر از تمامی این تشکل ها و سازمان هایی که به حمایت از ما پرداخته اند، از

واکنش نشان می‌دهد. از سوی دیگر، رشد اقتصادی با تسلط بر طبیعت و برهم زدن نظم طبیعت و آرامش حاکم بر آن در تعارض است و لذا باید به دنبال برطرف کردن این تعارض‌ها باشیم.

وی ادامه داد: دقیقا در چنین زمانی است که نقش تشکل‌هایی همچون انجمن مدیریت سبز ایران جهت بازتولید مدل‌های فکری و مدیریتی جدی به نظر می‌رسد. پایداری در جهان معاصر یعنی گذر از مفروضات قبلی که با کیفیت و رضایت مشتری را اصل فرض می‌کند و حالا باید رابطه بین انسان و طبیعت در این دوره پایداری مورد بررسی قرار گیرد. بحران زیست محیطی حاکم بر جهان امروز باید توسط رویکرد سبز توسط بنگاه‌های اقتصادی بررسی و حل شود و مصرف بهینه در دستور کار بشریت قرار گیرد.

دکتر امامی در بخش مهمی از سخنان خود به رویکرد و مزیت مدیریت سبز اشاره نموده و گفت: مدیریت سبز هزینه‌های تولید را جهت مصرف بهینه منابع کاهش می‌دهد و آلودگی‌های زیست محیطی را نیز کاهش داده و منجر به سودآوری بنگاه‌های اقتصادی می‌گردد. در همین راستا تضمین پایداری در تولید ایجاد گردیده و لذا از محیط زیست پیرامون انسان محافظت می‌شود.

از نکات مهم و تحسین برانگیز این دوره از همایش، پخش همزمان از شبکه آپارات به صورت زبان اصلی و ترجمه سخنرانان حاضر در آن بود که به ایراد سخنرانی در زمینه‌های مختلف پرداختند. ضمن اینکه برگزیدگان در طی برگزاری همایش و در بخش‌های مختلف مراسم به حاضرین معرفی گردیدند.

پروژه‌های سبز، پنجمین دوره محاسبه رده پای کربن و دیگر جوایز بیست و دوگانه ما را یاری نمودند تشکر می‌نمایم. در ابتدای همایش از شرکت پالایش نفت ستاره خلیج فارس که با مسئولیت پذیری زیست محیطی گام‌های بزرگی را برای الگو شدن در سطح ملی و بین‌المللی برداشته است، تشکر نموده و حضور مدیرعامل این مجموعه به صورت افتخاری در هیات رئیسه بنیاد انرژی جهان باعث پیشرفت کشورمان خواهد بود.

دکتر محمد امامی افزود: انجمن مدیریت سبز ایران در طی پانزده سال گذشته همواره به عنوان یک تشکل غیر دولتی حافظ منافع بنگاه‌های اقتصادی بوده و این صیانت را بواسطه مسئولیت‌پذیری با رویکرد سبز انجام داده است. یعنی آنچه برای این انجمن اهمیت داشته است، حفظ و نگهداری اقتصاد پایدار در کشورمان می‌باشد و در گذر از کیفیت‌گرایی است که رویکرد سبز خودش را نشان می‌دهد. مشخصات کیفیت‌گرایی شامل: انسان محور جهان است و رشد فناوری به سرعت در حال وقوع است می‌باشد و از سوی دیگر، یکی از مشخصه‌های مهم جهان کیفیت‌گرا جهانی است که مصرف در آن ارزش محسوب می‌شود و طبیعت بخشی از این جهان است که انسان می‌تواند با تسلط و بهره‌برداری از آن به رشد اقتصادی دست یابد.

رئیس انجمن مدیریت سبز ایران در بخش دیگری از سخنرانی خود گفت: رابطه مهم و تفکر برانگیزی میان انسان و طبیعت وجود دارد که بررسی‌های اخیر و نیز پیشرفت علم و تکنولوژی نشان می‌دهد انسان دیگر محور هستی نمی‌باشد و به دنبال همین امر طبیعت با پدیده‌هایی همچون گرد و غبار، تغییرات اقلیمی و خشکسالی بر علیه انسان و عملکردهایش طغیان کرده و





جامعه، نسبت به بحران زیست محیطی موجود و آثار اجتماعی-اقتصادی و بهداشتی آن، ضرورت تمرکز بر استدلال وجود چنین بحرانی را کمرنگتر از سابق نموده است.

بشر معاصر عادت به اتخاذ رویکرد فناوری محور (از قبیل فن آوری سبز، هوش مصنوعی و...) برای خروج از بحرانهایش دارد. تجربه سه دهه اخیر حکایت از این امر دارد که خود فن آوری یکی از مشخصه های ایجاد این بحرانها محسوب می گردد.

بدین جهت زمان آن فرا رسیده است که علاوه بر توجه به علم و فناوری، مسئله توسعه پایدار و راهکارهای خروج از بحران زیست محیطی با توجه به ظرفیت خود انسان باز تعریف گردد. بدین معنا که علاوه بر رویکرد تکنولوژی محور، رویکردی انسانی نیز برای خروج از بحران ذکر شده مطرح است که در این رویکرد، ظرفیت وجودی خود انسان مورد جستجو است. شاید بنظر این رویکرد سنتی آید، اما با کمی تأمل، نوین بودن آن مشخص می گردد.

در همین راستا پانزدهمین دوره همایش مدیریت سبز در کنار درک اهمیت دانش و فناوری برای خروج از بحران زیست محیطی معاصر که به مسائل اجتماعی و بهداشتی و سیاسی نیز تبدیل شده است، در نظر دارد تا این دوره از کنفرانس بر ظرفیت وجودی خود انسان تمرکز جدی تری نماید و نوین بودن این نوع از کشف ظرفیت بشری را شفاف تر کند.

انسان امروزی با مسائل بنیادینی مواجه است که برخی از آنان مشخصه دوران معاصر و از ویژگی های منحصر بفرد روزگار ما محسوب می گردد. در این میان، می توان به بحران زیست محیطی اشاره داشت که پیامد آن در گرمایش زمین، آلودگی و تخریب طبیعت قابل ردیابی است، و همچنین بحران اجتماعی را ذکر نمود که مشخصه آن در خشونت های خانوادگی، اجتماعی، سیاسی و همچنین فقر قابل مشاهده است. جالب توجه این است که این دو در نسبتی با هم در حال حرکت هستند.

این نسبت، انسان معاصر را در یک فرایند حلقوی زندانی کرده است و این زندان حاصل عملکرد خود اوست. بنای دیوارهای این زندان بر اساس سبک زندگی مصرفی او و تغییرات اقلیمی بنا شده است و تحریک هریک از این بناها، دیگری را مستحکمتر می کند. این زندان حلقوی، همانگونه که تاکید گردید در ابعاد بحران زیست محیطی، همچون آلودگی هوا، آب، خاک و انهدام گونه های گیاهی و حیوانی، و ابعاد اجتماعی همانند خشونت و فقر بر مردم پدیدار می شود. از آنجا که این بحران، کلیه دستاوردهای بشر در دوره های متعدد تاریخی را تحت الشعاع خود دارد، به یک مسئله فلسفی نیز بدل شده است.

بدین دلیل، بحران زیست محیطی معاصر، صرفاً بعنوان یک موضوع زیست محیطی یا تکنولوژیکی و یا اجتماعی تحلیل نمی شود، بلکه در چارچوب یک مسئله فلسفی ظهور می یابد. به جهت آگاهی نسبی حاکم بر

معرفی انجمن مدیریت سبز ایران



انجمن مدیریت سبز ایران تشکلی غیردولتی و غیرانتفاعی (NGO) است که در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران به ثبت رسیده است و دامنه فعالیت آن بر سازمان ها (تولیدی، خدماتی و عمومی) متمرکز است و بر گسترش دانش و فرهنگ مدیریت سبز که به معنی همگرایی مسئولیت های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی سازمان ها است تمرکز دارد.

*ماموریت انجمن مدیریت سبز ایران

- ارائه خدمات کارشناسی مدیریت سبز به سازمان ها و شرکت های کشور و منطقه با هدف ایجاد پایداری در فضای کسب و کار، از طریق یکپارچه سازی مسئولیت های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی آنان.
- توسعه تربیت نسلی مسئولیت پذیر نسبت به محیط زیست
- طراحی و توسعه مدل های ۲۲ گانه مدیریت سبز بر اساس نوع محصول، فرایند و فرهنگ سازمانی
- ترجمه و تالیف کتب تخصصی (تا کنون قریب بر ۱۲۵ عنوان در حدود ۱ میلیون نسخه)
- برگزاری مراسم و همایش های مدیریت سبز در سطح ملی و بین المللی
- همکاری با نهادهای بین المللی همچون بنیاد جهانی انرژی و جامعه مدیریت سبز اروپا
- حمایت از پایان نامه های دانشجویی با هدف تعیین عناوینی کاربردی و همراستا با مدیریت سبز
- پاسخ به چالش های امروزی زیست محیطی با تمرکز بر امور فرهنگی، قانون گذاری، مدیریت و فن آوری مقدر نخواهد بود. در این مقطع تاریخی انجمن مدیریت سبز ایران رویکرد "فلسفه زیست محیطی" را برای نخستین بار در کشور پایه گذاری نموده است.



اهمیت انتشار گزارشات پایداری در ترویج

مسئولیت اجتماعی

سید رضا جمشیدی؛ روزنامه نگار

رسانه مسئولیت اجتماعی: تعهد پیوسته یک سازمان و یا بنگاه اقتصادی برای رفتار اخلاق مدار و سهم شدن در توسعه پایدار از طریق مدیریت پیامدهای اجتماعی، محیط زیستی و اقتصادی فعالیت های خود بر ذینفعان و جامعه به ویژه در حیطه های اثرگذاری نمایانگر مفهوم مسئولیت اجتماعی است. مفهومی که در دو دهه اخیر مورد توجه قرار گرفته و یکی از مزیت های رقابتی بنگاه ها و شرکت ها شده است. یکی از ابزارهای مفید در حرکت به سوی مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)، گزارش دهی پایداری است. شرکت ها در چارچوب مسئولیت های اجتماعی خود در این گزارش به تشریح فعالیت ها و عملکرد خود در این زمینه اقدام می کنند تا علاوه بر آگاهی بخشی به ذی نفعان درونی (نظیر کارکنان، سهام داران و سرمایه گذاران) و بیرونی (نظیر تامین کنندگان، جوامع محلی پیرامون، محیط زیست و متولیان آن)، چارچوبی نیز برای مقایسه عملکرد بین شرکت ها را ارائه می دهد. گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت، یک گزارش سازمانی است که در حاوی اطلاعاتی در مورد اثرات مثبت و منفی عملکرد سازمان حول سه محور تشکیل دهنده مفهوم توسعه پایدار، یعنی اقتصاد، محیط زیست و جامعه می باشد و از گزارش باب گفت و گویی است بین سازمان و ذی نفعان درونی و بیرونی و ویر درک ذینفعان و جامعه از سازمان تاثیر می گذارد.



و گزارش دهی اثرات و عملکرد سازمان در حوزه های کلان اجتماعی، اقتصادی و محیط زیست را ارائه می دهد. تاکنون مطالعات و نظر سنجی هایی در خصوص اثرات گزارش دهی پایداری انجام شده است که این اثرات را می توان در دو بعد درون سازمانی و بیرون سازمانی بررسی کرد. به عنوان مثال این چارچوب موجب افزایش آگاهی در زمینه جنبه ها و آثار زیست محیطی و همین طور ریسک ها، فرصت ها و ابتکارات

گزارش (GRI) Global Reporting Initiative بطور منظم (سالانه) تهیه و منتشر می شوند. GRI در قالب سازمانی بین المللی در زمینه پایداری شرکتی که استفاده از گزارش دهی پایداری و مسئولیت اجتماعی را به عنوان روشی برای سازمان ها به منظور مشارکت در این حوزه ترویج می کند. به طور کلی و خلاصه چارچوب گزارش دهی GRI در واقع یک سیستم گزارش دهی است که شاخص ها و روش هایی را برای اندازه گیری

ایجاد کمیته پایداری و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها، آموزش و آگاهی مقوله پایداری، استقرار نظام کنترل داخلی و گزارشگری اثربخش و استفاده از فناوری‌های نوین اتخاذ شود. در نهایت، می‌توان گفت که گزارش پایداری شرکت‌ها، می‌تواند پیامدهایی از قبیل افزایش اعتماد اجتماعی، افزایش کیفیت زندگی انسان‌ها، حفظ محیط زیست برای نسل‌های آتی، رشد بازار سرمایه و حرکت کردن در چارچوب استانداردی واحد و سیستمی کردن فعالیت‌های اثربخش را در پی داشته باشد.

در کشور ما با وجود اینکه از زمان ورود مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ادبیات مدیریت شرکت‌ها و کسب و کارها، فرصت زیادی گذشته اما هنوز این مفهوم در فضای کسب و کار ایران جایگاه شایسته‌ای پیدا نکرده است. بحران‌های اخیر ایران از قبیل زلزله کرمانشاه در سال ۱۳۹۶، سیل‌های مخرب سال ۱۳۹۸ و پاندمی اخیر کرونا در برجسته کردن این موضوع و اهمیت پرداختن به این ظرفیت نقش زیادی داشتند. توسعه این مفهوم و تدوین قوانین و ریل‌های سیاست‌گذاری در شرایط بحران فعلی اقتصاد ایران می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه خصوصاً حوزه اشتغال، سلامت و بهره‌وری نیروی کار گردد. امید است که انتشار گزارش پایداری و انعکاس آن به جامعه بتواند نیروی محرکه خوبی برای توسعه و گسترش این موضوع در کشورمان باشد.

مربوط به آن می‌شود. یکی دیگر از اثرات این گزارش در رابطه با مدیریت مطرح بوده که موجب شفافیت در استراتژی‌های مدیریت و اقدامات می‌شود. و با تمرکز بر اقدامات اثرگذار و اثربخش در این حوزه در نهایت به خلق ارزش برای مشتریان و ذی‌نفعان منتهی می‌شوند. شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند در قالب این گزارش هم تأثیرات مثبت و هم تأثیرات منفی فعالیت‌های و عملکردهای سازمان خودشان را مدیریت می‌کنند و با تولید اطلاعات قابل اعتماد، مرتبط و استاندارد به ارزیابی صحیح تری از موقعیت‌ها و فرصت‌هایشان پردازند که همه موارد ذکر شده منجر به تصمیم‌گیری آگاهانه می‌شود. گزارشات پایداری اهداف، پیاده‌سازی، تأثیرات و دستاوردهای پایداری، ایجاد اعتبار و شهرت، و مشارکت کارکنان و دیگر ذینفعان کمک‌شایانی می‌کند.

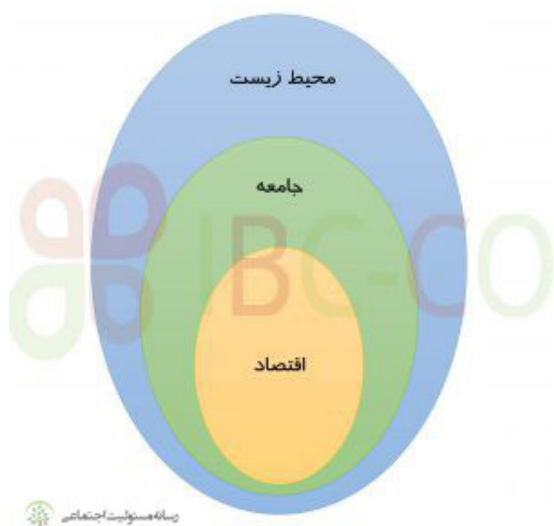
براساس مطالعات داخلی انجام شده نیز مهمترین دلایلی که موجب نوشتن و ارائه گزارشگری پایداری شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌گردد، الزامات محیطی، مشوق‌های محیطی، فشارهای محیطی، ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی کشور، ویژگی‌های سیاسی کشور و ویژگی‌های محیط بین‌المللی است. لذا با مواردی که بیان شد برای دستیابی به گزارشگری پایداری در کشور باید راهبردهایی مانند مشخص کردن نهاد مسئول پایداری، تدوین قوانین و مقررات پایداری،



نقش و جایگاه گزارشات پایداری در توسعه مسؤلیت

پذیری اجتماعی
محمدحسن امامی دبیر کل انجمن مدیریت سبز ایران

رسانه مسؤلیت اجتماعی: با افزایش حساسیتها نسبت به مسائل زیست محیطی و اجتماعی و نگرانی های سهامداران، شرکتهای در تلاش هستند که به طور فزاینده ای به مقوله پایداری و مسؤلیت پذیری پردازند. مدیران دریافته اند که رشد اقتصادی بلندمدت، در گرو رشدی است که از لحاظ زیست محیطی و اجتماعی نیز پایدار باشد. تعادل میان پیشرفت اقتصادی، مسؤلیت پذیری اجتماعی و حفاظت از محیط زیست، می تواند منجر به مزیت رقابتی شود. ارزیابی تأثیرات اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی فعالیتهای سازمان، اقدامی بسیار مهم در اتخاذ تصمیمات اثربخش عملیاتی و سرمایه گذاری، جهت دستیابی به اهداف سازمانی و اهداف ذینفعان مختلف، محسوب می شود.



اقدامهای داوطلبانه ای که کسب و کارها، علاوه بر انطباق با الزامات قانونی کمینه، به منظور پاسخگویی به منافع رقابتی خود و منافع جامعه انجام می دهند. (دولت انگلستان)

مفهومی که طبق آن سازمانها مسائل اجتماعی و زیست محیطی ناشی از عملیات کسب و کاری خود و تعامل خویش را با ذینفعانشان به صورت داوطلبانه یکپارچه می سازند. (کمیسیون اروپا)

پذیرش این که سازمانها باید نه تنها در قبال عملکرد مالی خود بلکه در قبال تأثیر فعالیت هایشان در جامعه و یا بر محیط زیست پاسخگو باشند. (کنفدراسیون صنایع اروپا)

در نگاه به مقوله پایداری، مدلی تحت عنوان "تخم مرغ سرخ کرده" که بسیار معنادار است، توسعه یافته است. در این جا پایداری به صورت شرایطی تعریف شده که در آن اقتصاد در محدوده تعیین شده توسط ارزش های اجتماعی مثل برابری، عدالت و آزادی عمل می کند و اجتماع در چارچوب محدودیت های بوم شناختی سخت گیرانه ای شکوفا می شود که جهان طبیعی برای آن تعیین کرده است. این مدل چارچوبی بسیار محکم برای مدیریت و اندازه گیری پیشرفت به سوی پایداری به دست می دهد. البته که دایره ساده ای که محیط زیست خوانده می شود، مسائل زیست محیطی را به خوبی نشان نمی دهد و حتی تعریف یک جامعه عادلانه و برابر، از آن هم پیچیده تر است.

با مروری بر ادبیات موضوع این حوزه در بستر مدیریت و فعالیت شرکتهای درمی یابیم که توجه به این رویکرد تحت عناوین و اصطلاحات گوناگونی مانند مسؤلیت اجتماعی شرکتی، مسؤلیت پذیری سازمانی، شهروندی شرکتی و مدیریت مسؤله شریک مطرح شده است. در این مدل از عنوان مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکت، برای کلیه برنامه ها و اقداماتی که به منظور ایجاد تعادل میان جنبه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسط شرکتهای به اجرا درمی آیند، استفاده می شود. در سطح بین المللی تعاریف متعددی برای موضوع مسؤلیت پذیری اجتماعی شرکت ارائه شده است که برخی از آن ها عبارتند از:

- تعهد مداوم صاحبان کسب و کار به رفتار اخلاقی و کمک به رشد اقتصادی همزمان با بهسازی کیفیت زندگی نیروی کار و اعضای خانواده‌هایشان و نیز مردم کشور و جامعه در مقیاس وسیع. (شورای جهانی کسب و کار برای توسعه پایدار)



بازگشت مالی: شرکت از طریق نرخ رقابتی بازگشت سرمایه و حفاظت از دارایی‌ها، به جبران خدمات تأمین کنندگان سرمایه می‌پردازد.

مشارکت با جوامع محلی: شرکت روابط دوجانبه‌ای را با جامعه محلی در محل فعالیت خود توسعه می‌دهد و در آن به فرهنگ، بستر اجتماعی، و نیازهای آن جامعه توجه می‌کند.

ارزش محصولات و خدمات: شرکت به نیازها، آمال و حقوق مشتریان خود احترام گذاشته و تلاش میکند که بیشترین ارزش محصولات و خدمات را ارائه نماید.

اقدامات کاری و استخدای: شرکت در برنامه‌های مدیریت منابع انسانی مشارکت داشته و توسعه حرفه‌ای کارکنان، تنوع، و توانمندسازی را ترویج می‌کند.

حفاظت از محیط زیست: شرکت برای حفاظت و احیای محیط زیست تلاش میکند، و از طریق محصولات، خدمات، فرایندها و سایر فعالیت‌هایش به ترویج توسعه پایدار می‌پردازد.

در راستای کمک به شرکتها برای اتخاذ رویکردی مسئولانه در مدیریت کسب و کارشان، اصول، دستورالعملها و مدل‌های مختلفی تدوین شده است. به عنوان نمونه می‌توان نه اصل زیر را در حوزه مسئولیت پذیری شرکتی نام برد:

- **اخلاقیات:** شرکت استانداردها و اقدامات اخلاقی را در رابطه با تمام ذینفعان، ایجاد، ترویج، کنترل و حفظ می‌نماید.

- **نظام راهبری:** شرکت تمام منابع خود را به طور اثربخش و با وجدان مدیریت میکند. وظیفه امانتداری هیئت مدیره و مدیران نسبت به منافع تمام ذینفعان به رسمیت شناخته می‌شود.

- **شفافیت:** شرکت از طریق ارائه به موقع اطلاعات در مورد محصولات، خدمات، و فعالیت‌هایش، اتخاذ تصمیماتی آگاهانه را برای ذینفعان امکانپذیر می‌کند.

- **روابط کسب و کار:** شرکت تجارتهای منصفانه را با تأمینکنندگان، توزیعکنندگان و شرکایش در پیش می‌گیرد.



رسانه مسؤلیت اجتماعے

<https://www.csrrasaneh.ir>



کتاب اقدامات مسؤلیت اجتماعی شرکت ها



رسانه مسؤلیت اجتماعی:

این کتاب در کنار رسانه تخصصی مسؤلیت اجتماعی به دنبال تحقق مسؤلیت اجتماعی به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در راستای توسعه پایدار و حل مشکلات جامعه است.

حوزه مسؤلیت اجتماعی دارای سابقه، گزارش و عملکرد هستند، ضمن تشویق و ارج نهادن به اینگونه اقدامات زمینه های لازم جهت معرفی نمونه های علمی و عملی و اقدامات صورت گرفته را فراهم نماییم.

این کتاب بصورت مستمر، گزارشات و اقدامات شرکت، سازمان ها، نهادهای حاکمیتی و تشکل های علمی انجمن ها و تشکل های مردم نهاد را جمع آوری، تنظیم و چاپ و عرضه خواهد نمود و امیدوار است در جهت ترویج مسؤلیت اجتماعی موفق باشد.

در این راستا دست پر مهر اندیشمندان، اساتید دانشگاه و مدیران کشور علاقه مند به همکاری در حوزه مسؤلیت اجتماعی که دارای مقاله، محتوا و عملکرد در این زمینه هستند را به گرمی می فشاریم.

سیدرضا جمشیدی

به همین دلیل نیز با محور قرار دادن مفاهیم کلیدی و تعیین کننده، برای تقویت مسؤلیت اجتماعی در جامعه ایران، گام بلندی در راستای شکوفایی و بالندگی زندگی اجتماعی مردم برداشته است.

حقوق بشر و شهروندی، مسؤلیت اجتماعی شرکت ها، امور خیریه و خدمات عام المنفعه، اخلاق زیستی و محیط زیست از جمله مهم ترین مفاهیمی است که رسانه مسؤلیت اجتماعی آن ها را به عنوان مفاهیم کلیدی جامعه ایران قلمداد می کند.

به همین دلیل معرفی و تحلیل آسیب های اجتماعی جهت ایجاد حساسیت و اقدامات برای رفع آن ها، کنش گری رسانه ای و طرح پرسش از متولیان انتشار گزارش ها، اقدامات و عملکردهای مثبت و تاثیرگذار که در درک بهتر مسؤلیت اجتماعی تاثیرگذار است را در دستور کار خود قرار داده است.

به این منظور تلاش نموده ایم با بررسی و جمع کارکردها و عملکردهای شرکت و موسسات که در