



روزبه کردونی:
بررسی و رفع مشکلات بازنشستگان با
حضور شرکای اجتماعی

محمد حسین بیداری فرد:
سلامت جامعه مربوط به یک فرد نیست
دولت خیرین را تشویق کند

سید محمد طباطبایی:
پیشگیری و پژوهش را مقدم بر مسائل ساخت و ساز
و سخت افزاری بدانیم



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



www.ecofact.ir

صاحب امتیاز: سیدرضا جمشیدی

سر دبیری: مجید جمشیدی

مدیر آگهی و تبلیغات: میثا جمشیدی

صفحه آرا: مهنوش جوادی

همکاران این شماره منیژه بازیار، مریم شقاقی، میلاد تکسیبی، فاطمه ملکی آدرانی، امیر حبیب الهی، محمدرضا طارمی - مریم قلی زاده، محمود رضا عیسی خانی - شریفه جمشیدی، احسان انصاری، بهرام حسن پور (عکاس)

شورای سیاست گذاری: دکتر سید محمد صفحی، 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 عییدی، 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 چهاردهم / تابستان ۱۴۰۰

گزارشات



اولین نشست سراسری اتاق های کشور در حوزه حاکمیت شرکتی



همایش مدیریت سبز و مراسم افتتاحیه پروژه محاسبه حد پایین کربن و ردپای آب



گزارش مشارکت های اجتماعی شرکتی در شعب مجمع خیرین سلامت کشور

یادداشت ها



امیرحسین کاکایی:

طراحی سیستم های قوای محرکه و رقابتی که چاره گشای صنعت خودرو گرد



روزبه کردونی:

بررسی و رفع مشکلات بازنشستگان با حضور شرکای اجتماعی



سید رضا جمشیدی:

رسانه و مسئولیت اجتماعی در گلوگاه بحران ها



محمد حسن بیداری فرد:

دولت خیرین را تشویق کند / سلامت جامعه مربوط به یک فرد نیست



مهندس مهدی پور قاضی:

ارائه گزارش درباره مسئولیت اجتماعی برای بنگاه های اقتصادی جدی نیست

سید رضا جمشیدی کنشگر اجتماعی یکی از ابزارهای مهم تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یک جامعه برای توسعه و پیشرفت رسانه است.

رسانه و مسئولیت اجتماعی در گلوگاه بحران ها

رسانه و مسئولیت اجتماعی در گلوگاه بحران ها

آینده در زمینه های مختلف مشخص نیست. یکی از مهم ترین چالش های کنونی کشور وضعیت نامناسب معیشتی و اقتصادی مردم و انباشته شدن مشکلات است که از دولتی به دولت دیگر انتقال پیدا می کند. در چنین شرایطی رسانه ها از یک جهت باید نسبت به تغییر قدرت و انتخاب مدیران جدید کشور حساسیت داشته باشند و از سوی دیگر صدای مردمی باشند که در وضعیت نامناسب اقتصادی و اجتماعی قرار دارند. تنها رسانه به دلیل ویژگی های چند وجهی که دارد می تواند در نقطه تقاطع این دو رویکرد قرار بگیرد. به همین دلیل اهمیت رسانه در این زمینه تعیین کننده است.

چالش دیگری که امروز ساحت های مختلف اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشور را تحت تأثیر قرار داده تشدید بحران کرونا و تلفات جانی زیادی است که این بیماری در کشور ایجاد کرده است. این اتفاق در شرایطی رخ می دهد که بسیاری از کشورهای جهان در حال فراهم کردن زمینه های جشن پایان کرونا هستند و مردم خود را واکسینه کرده اند. در این زمینه نیز رسانه نقش تعیین کننده ای دارد. از یک سو رسانه ابزار برای مسئولان جامعه است تا افکار عمومی را در جریان تصمیمات خود قرار بدهند و مردم را به همیاری بیشتر دعوت کنند و از سوی دیگر صدای مردمی

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، سیدرضا جمشیدی - مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی کنشگر در یادداشت خود آورده است: یکی از ابزارهای مهم تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یک جامعه برای توسعه و پیشرفت رسانه است. ابزاری که در عصر کنونی به مهم ترین عنصر تحولات جهانی تبدیل شده است. در چنین شرایطی رسانه های هر جامعه باید با توجه به مسئولیت اجتماعی فردی و جمعی در مقابل تحولات واکنش مناسبی نشان بدهند. در شرایط کنونی جامعه ایران با چند چالش مهم و کلیدی مواجه است. این در حالی است که کشور در دوران انتقال دولت از دولت دوازدهم به دولت سیزدهم قرار دارد و هنوز رویکرد دولت



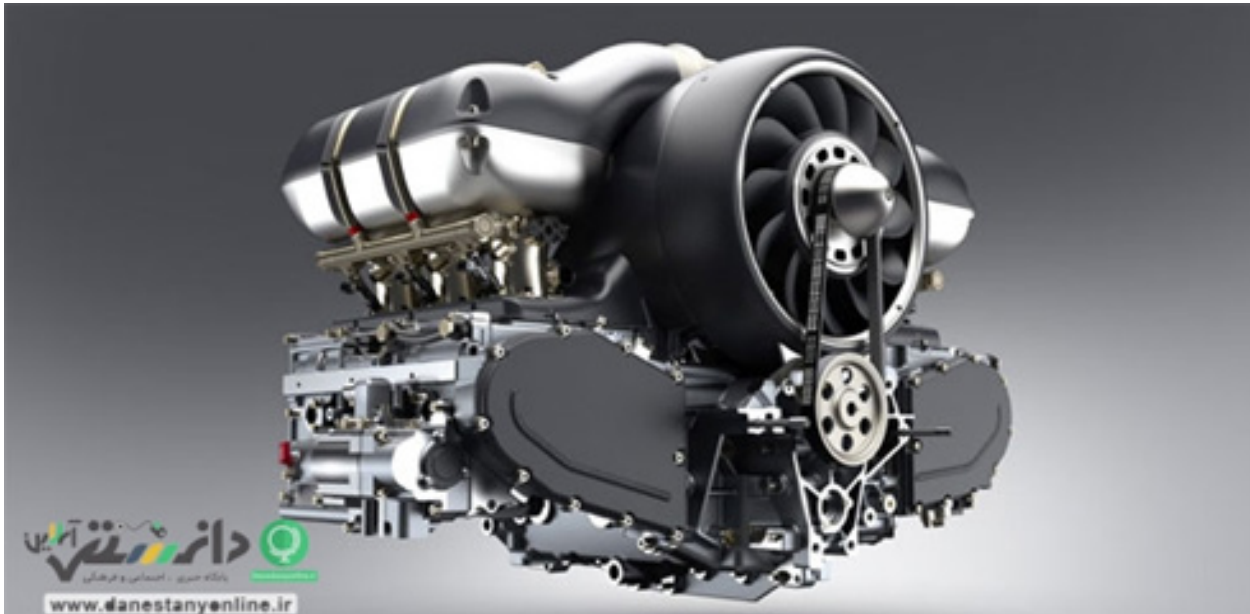
شاید مفهوم مسئولیت اجتماعی در ماهیت رسانه مستتر باشد و به صورت آشکار مشخص نباشد اما یکی از محرک های اصلی رسانه و خبرنگاران در یک جامعه مسئولیت اجتماعی است که نسبت به فرد و جامعه خود احساس می کنند. مفهوم مسئولیت اجتماعی در جامعه ایران به خوبی تبیین و تشریح نشده و به همین دلیل به یک پارادایم غالب فکری و اجتماعی در مناسبات فرهنگی و اجتماعی جامعه تبدیل نشده است. این در حالی است که در بسیاری از کشورهای توسعه یافته این اتفاق رخ داده و مسئولیت اجتماعی به عنوان یک اهرم جلو برنده در تحولات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی قلمداد می شود. در چنین شرایطی نیز رسانه نقش تعیین کننده ای دارد. علی رغم اینکه مفهوم مسئولیت اجتماعی در ماهیت رسانه مستتر است اما رسانه یکی از ابزارهای مهمی است که می تواند مفهوم مسئولیت اجتماعی را به یک پارادایم غالب اجتماعی تبدیل کند. کارکردهای مسئولیت اجتماعی به اندازه ای در زندگی جمعی یک جامعه حایز اهمیت است که می تواند مسیر یک جامعه را تغییر بدهد و رسانه در زمینه آگاهی بخشی درباره این کارکردها نقش تعیین کننده ای دارد. بدون تردید تلاقی و هماهنگی مسئولیت اجتماعی و رسانه در بحران های کنونی کشور می تواند زمینه ساز گشایش های مهمی در چشم انداز آینده کشور شود.



است که از مسئولان تقاضا دارند با فراهم کردن شرایط خرید واکسن و در صورت نیاز قرنطینه از چالش کرونا عبور کنند. در نتیجه رسانه ها امروز در جامعه ایران در یک گلوگاه حیاتی بین تغییر قدرت، تحولات اجتماعی و سلامت مردم قرار گرفته اند. قرار گرفتن در چنین گلوگاهی تنها با ویژگی های رسانه سازگاری دارد و بقیه ابزارها فاقد چنین ویژگی هستند. با این وجود تنها مفهومی که می تواند به صورت دقیق رویکرد رسانه را در مواجهه با چنین بحران های تبیین کند مفهوم مسئولیت اجتماعی است.

تنها با اتکا به مسئولیت اجتماعی است که رسانه می توان در چنین بزنگاه های حساسی نقش آفرینی کند و در چشم انداز آینده یک جامعه تأثیرگذار باشد.





طراحی سیستم‌های قوای محرکه و رقابتی که چاره‌گشای صنعت خودرو گردید..

سال گذشته از نخستین موتور کم‌مصرف ۳ سیلندر یا ۳ استوانه ایرانی رونمایی شد. تولید این موتور که در گروه صنعتی ایران خودرو طراحی و ساخته شده، زمستان ۱۴۰۱ آغاز می‌شود. طراحی موتور کم‌مصرف ۳ استوانه ایران خودرو، با فرآیند الگوبرداری از موتورهای متعدد به‌روز دنیا با فناوری‌های مختلف تزریق مستقیم بنزین انجام شده که از سال ۹۵ در کشور آغاز شده است.

منیژه بازاریار

* ایجاد بسترهای رقابتی

امیرحسین کاکایی، عضو هیات‌علمی دانشکده مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت: صنعت خودرو صنعتی است که شبکه‌ای از شرکت‌ها و فناوران با هم کار می‌کنند تا بتوانند محصولی با کیفیت و به‌روز و رقابت‌پذیر به بازار عرضه کنند. یک خودروساز ۵ کار اصلی را انجام می‌دهد: طراحی خودرو، تامین قطعات، بدنه‌سازی، رنگ و مونتاژ. البته درباره تامین قطعات امروز مجموعه‌سازان و قطعه‌سازان بزرگ در جهان با هم به رقابت می‌پردازند. اما به‌طور

شرکت تحقیق، طراحی و تولید موتور ایران خودرو (ایپکو)، با استفاده از توانمندی‌های موجود در بخش طراحی، مهندسی و زنجیره تامین، به‌دنبال اجرای این طرح برای رسیدن به اهداف کلانی مانند مصرف سوخت کمتر از ۵ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش و سطح آلایندگی اروپا یورو ۶ هستند. این موتور در حالی در کشور طراحی و تولید شده که صنعت خودرو ایران جزو نخستین صنایع تحریم‌شده از سوی دولت پیشین امریکا بود.



ایران موتور

داشتن امکان طراحی‌های به‌روز موتوری، دارای یک مزیت رقابتی هستیم.

*اقدامات مثبت خودروساز

تا اینجا درباره موتور بود. اما در زمینه گیربکس خیلی کم‌کاری شده و با وجود اینکه سال‌هاست دارای گیربکس‌سازی هستیم اما در زمینه طراحی گیربکس و تحقیقات مرتبط در عمل اقدام جدی انجام نداده‌ایم. به‌تازگی در خبرها آمده که خوشبختانه شرکت نیرو محرکه یک مرکز تحقیقاتی و نوآوری راه انداخته است. برای این منظور ابتدا روی گیربکس ۶ سرعته کار کرده‌اند که خوشبختانه به نتیجه رسیده است. این حرکت در مقیاس بین‌المللی، حرکت کوچکی به‌شمار می‌رود. اما اگر بدانیم که ۳۰ سال است که داریم از گیربکس‌های ۵ سرعته دستی تولید داخل استفاده می‌کنیم و همچنان این تولیدات مشکلات آکوستیکی و بازدهی دارند، متوجه می‌شویم که این حرکت جدید رو به جلو چه ارزشی دارد. ای کاش همین حرکت کوچک ۲۰ سال پیش همزمان با حرکت‌ها در زمینه موتور آغاز می‌شد. این حرکت مقدماتی در راستای یک حرکت بزرگ به سمت گیربکس‌های نیمه‌اتوماتیک و تمام اتوماتیک است که امیدوارم با آمدن دولت جدید نه‌تنها متوقف نشود، بلکه سرعت بگیرد.

خاص در این میان موتور و گیربکس که ما به آن سیستم انتقال قدرت می‌گوییم، از اهمیت زیادی برخوردار است و یک مزیت رقابتی برای هر خودروساز در سطح بین‌المللی ایجاد می‌کند؛ بنابراین بیشتر خودروسازان بزرگ، موتورسازی مختص به خود دارند و برعکس موتورسازی‌های بزرگ جهان، عمدتاً متعلق به خودروسازی‌ها است. اگر یک خودروسازی فقط در ظاهر خودرو، دارای تنوع باشد، نمی‌تواند به‌عنوان یک خودروسازی معتبر در جهان شناخته شود. موتور، قلب طراحی یک خودرو رقابت‌پذیر است. البته سیستم‌های الکترونیکی هم امروزه به‌تدریج دارای چنین اهمیتی شده و خودروسازان در این زمینه هم دست به اقدامات درون‌شرکتی زده‌اند. اما فعلاً انواع شرکت که خدمات الکترونیک را در سطحی عالی ارائه کنند، وجود دارد که لزوماً متعلق به خودروسازان نیستند. بنابراین می‌توان گفت مهم‌ترین بخش فناوریانه یک خودروسازی همچنان سیستم انتقال قدرت است.

ما در ایران از حدود ۲۰ سال پیش تاکنون یک مرکز تحقیقات موتور داریم که به ما قدرت طراحی و برورسانی موتور را داده است. همان‌طور که مشاهده کرده‌اید، سال گذشته با کمترین دردرس، خودروها از یورو ۴ به یورو ۵ ارتقا پیدا کرد. علت این موضوع، رشد توان طراحی موتور در ایران بود. البته متأسفانه در زمینه امکانات تولیدی آن‌طور که باید و شاید سرمایه‌گذاری و برورسانی نشده است و بنابراین آنچه مراکز تحقیقاتی و طراحی ارائه می‌کنند، به‌طور کامل اجرا نمی‌شود و کمبودهایی همچنان در بازار مشاهده می‌شود. البته یک مشکل دیگری هم که ما در ایران داریم این است که هرکسی می‌خواهد خود همه‌کاره باشد. بنابراین آن‌طور که باید و شاید در ایران هم‌افزایی رخ نمی‌دهد و ۳۰ خودروساز دیگر حاضر به استفاده از این امکانات و طراحی‌ها نیستند. اما به‌هرحال در حال حاضر با

بین‌المللی، قدرت مذاکره برای خریدی بهتر به طرف ایرانی می‌دهد.

توجه داشته باشیم که توسعه گیربکس در ایران نه تنها باعث تنوع محصولات می‌شود و کیفیت رانندگی را بالاتر می‌برد و به سرنشینان آرامش بیشتر را ارائه خواهد کرد، بلکه ابزاری برای کاهش مصرف سوخت و آلاینده‌گی خواهد بود. همچنین با توجه به تغییر ذائقه ایرانی‌ها و دیگر کشورهای جهان، قدرت رقابت به محصولات ایرانی را خواهد داد. امیدواریم حرکت‌های اخیر خودروسازان به‌ویژه گروه صنعتی ایران خودرو، به صورت پایدار و اقتصادی از سوی مسئولان و شرکت‌ها پیگیری شود و ما شاهد تحول در سیستم‌های انتقال قدرت تولیدی داخل کشور باشیم.

*مزیت موتور ۳ سیلندر داخلی

مشابه این موتور تاکنون برای هیچ‌یک از خودروهای تولید داخل ساخته و استفاده نشده و دانش توسعه و تجاری‌سازی آن در اختیار خودروسازان بزرگ جهانی است. موتور ۳ استوانه با بهره‌گیری از دانش الگوبرداری و انتقال فناوری، تحقیق، پژوهش و تجربه، متناسب با جغرافیای ایران و قابل رقابت با موتورهای مشابه خودروسازان بزرگ جهانی است و از این لحاظ ایران را در زمره کشورهایی قرار خواهد داد که دارای مالکیت دانش طراحی و توسعه موتورهای ۳ استوانه کم‌مصرف تزریق مستقیم سازگار با محیط‌زیست است.

گفتنی است تولید نخستین موتور ۳ استوانه زمستان

سال ۱۴۰۱ است و موتورهای

بعدی با فاصله زمانی

۷ ماه بعد از آن

وارد چرخه

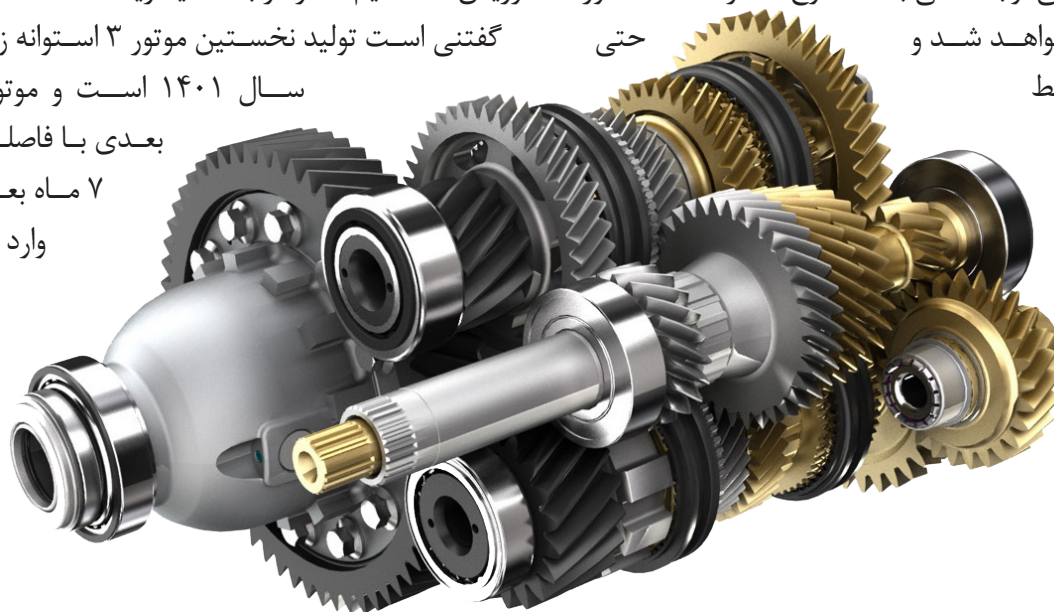
تولید

براساس برنامه‌ریزی‌ها، به فاصله حدود دو سال می‌توانیم تولیدات این حرکت بزرگ را در بازار مشاهده کنیم. اما آنچه در نتیجه ایجاد این مرکز طراحی و تحقیقاتی نصیب ایران خواهد شد، فقط یک محصول نخواهد بود، بلکه تنوع محصولات و تکمیل توانمندی رقابتی در سال‌های آینده خواهد بود.

نکته قابل توجهی که باید در اینجا روی آن تاکید کنم، لزوم توسعه توانمندی تحقیقات و طراحی در ایران است. برخی مدیران صنعتی وقتی صحبت از توسعه می‌شود، فوری می‌روند با یک شرکت خارجی قرارداد می‌بندند و آن کالا را از خارج وارد می‌کنند و روی خودرو به‌کار می‌برند و آن را به‌عنوان توسعه ارائه می‌کنند. اما برای کشوری مانند ایران، که دائماً تحت تحریم‌های مختلف قرار دارد، این حرکت‌ها ناپایدار هستند.

در چنین شرایطی لازم است روی برخی فناوری‌ها مانند موتور و گیربکس، دارای توانمندی داخلی باشیم. به‌عنوان مثال، مدت‌هاست خودروهای اتوماتیک در سبد محصولات داریم اما عملاً تولید نمی‌شوند، چرا؟ چون به‌شدت وابسته به خارج از کشور است. با توسعه توانمندی‌ها در چنین زمینه‌هایی، وابستگی به خارج از کشور کاسته خواهد شد و حتی

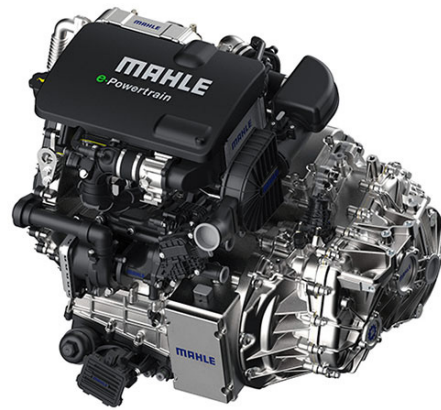
در روابط



خواهند شد.

* کاهش تلفات اصطکاکی

امیرحسین شامخی، دانشیار دانشکده مهندسی مکانیک گروه خودرو دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی: در موتور تلفاتی به نام تلفات اصطکاکی وجود دارد که وقتی تعداد سیلندرهاى موتور کاهش پیدا می کند، این تلفات کمتر می شود. هر قدر میزان تلفات اصطکاکی یک موتور کاهش پیدا کند، راندمان موتور بالاتر می رود. هنگامی که راندمان و بازده موتور بیشتر شود، مصرف سوخت موتور هم کاهش می یابد؛ بنابراین مزیت استفاده از ۳ سیلندر در موتور، نخست این است که با کاهش تلفات اصطکاکی



بازده موتور بالاتر می رود و مصرف سوخت پایین می آید و مزیت دیگر هم این است که ابعاد و اندازه موتور

کوچک تر می شود. همچنین میزان آلاینده‌گی موتور، بستگی زیادی به نوع فناوری به کار رفته در آن دارد. به طور قطع، هر قدر در یک موتور از فناوری پیشرفته تر و به روزتری استفاده شود این که مثلا دارای سیستم پاشش مستقیم یا استاندارد آلاینده‌گی یورو ۶ باشد، آن موتور وضعیت بهتری دارد.

۳ سیلندر بودن موتور خودرو در میزان مصرف سوخت و تا

حدی در ابعاد موتور و مقدار آلاینده‌گی آن تاثیر دارد. در واقع فناوری به کاررفته در تولید موتور نقش اساسی در کاهش آلاینده‌گی خودرو دارد. هر قدر تعداد سیلندرها کمتر باشد، کاهش تلفات اصطکاکی نیز بیشتر است که در کاهش مصرف سوخت هم تاثیر دارد. به عنوان مثال، میزان سوخت و گشتاور موتور پیکان ۱۶۰۰ CC با موتور ۱۶۰۰ CC یکی از خودروهای امروزی متفاوت است. با وجود اینکه هر دو موتور ۱۶۰۰ CC و ۴ سیلندر هستند اما یکی تولید چند دهه قبل بوده و دیگری تولید امروز است؛ بنابراین برای کاهش آلودگی هوا فناوری به کار رفته در موتور نقش زیادی دارد.

بنزینی که در موتور استفاده می شود، بخشی برای حرکت خودرو مصرف می شود، بخشی برای غلبه بر اصطکاک، مقداری با مکانیسم آگروز و بخشی هم برای خنک کاری موتور از بین می رود. در واقع با کم کردن تعداد سیلندرها در موتور خودرو از تلفات اصطکاکی کاسته می شود. البته ده ها فناوری دیگر مانند توربو شارژ، کالیبراسیون و... وجود دارند که موجب افزایش بازدهی موتور می شود. تعداد سیلندر کمتر از جمله فناوری هایی است که روی کاهش تلفات موتور کارساز است.





اولین نشست سراسری اتاق‌های کشور در حوزه حاکمیت شرکتی

فاطمه ملکی

اولین نشست سراسری اتاق‌های کشور در حوزه حاکمیت شرکتی با اجرای سید محمود عبادی مسئول کمیته حاکمیت شرکتی در کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران برگزار شد.

*** شرط لازم برای ورود به فضای بین‌المللی و بزرگ شدن شرکت‌ها چیست؟**

نایب رئیس اتاق ایران اهمیت مسئولیت اجتماعی را به هیچ وجه کمتر از حاکمیت شرکتی یا راهبری شرکتی ندانست و خاطر نشان کرد: خوشبختانه این دو مفهوم در دنیا به هم نزدیک می‌شود و با هم به کار گرفته می‌شوند و در ایران تعبیر ایرانی از مسئولیت اجتماعی می‌شود.

در ادامه مجری این نشست حاکمیت شرکتی را شرط لازم برای ورود به فضای بین‌المللی و بزرگ شدن شرکت‌ها دانست از مهندس بنابیان رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران خواست در مورد نقش حاکمیت شرکتی در توسعه پایدار سخنرانی کنند.

چرا حاکمیت شرکتی مهم است؟



*** اولین نشست سراسری اتاق‌های کشور در حوزه حاکمیت شرکتی**

اولین نشست سراسری اتاق‌های کشور در حوزه حاکمیت شرکتی ششم مرداد ماه ساعت ۱۶ برگزار شد و مهندس انصاری نایب رئیس اتاق ایران، رئیس شورای عالی اتاق ایران و رئیس هیئت مدیره گروه کیسون به عنوان سخنران اول در این نشست حضور داشت.

*** شفافیت یک ضرورت است**

مهندس انصاری بیان کرد: توسعه در جهت راهبری شرکتی متوجه افزایش بهره‌وری است، راهبری شرکتی هم هدایت و نظارت را دربر دارد و شرط نظارت نیز پاسخ‌گویی است، همچنین شفافیت یک ضرورت است وقتی شرکتی بزرگ مخصوصاً سهامی عام که تعداد سهامداران زیادی دارد و سهام با اطمینان در اختیار مدیر قرار بگیرد در چنین حالتی شفافیت و پاسخگویی لازم است. وی افزود: شفافیت و راهبری شرکتی می‌تواند هم به موفقیت و هم توسعه و هم ماندگاری می‌انجامد به این مفهوم که اگر اعتماد را با شفافیت و پاسخگویی جمع کنند بزرگترین سرمایه را بدست می‌آورند به همین علت در دنیای کسب و کار امروز مهمترین سرمایه شرکت‌ها و بنگاه‌ها اعتماد مردم به آنهاست اگر کالا یا خدماتی ارائه می‌دهند.

* دستیابی به توسعه پایدار

مهندس بنابیان اظهار کرد: در جامعه ما بدون بحث حاکمیت شرکتی یا ساختار حکومتی نمی توانیم به توسعه پایدار دست پیدا کنیم در کشور ستاد های مختلفی اداره می شود این امر نشان از نبود شرح وظایف در کشور ما است شرکت های ما هم، اینگونه اداره می شوند اکثر شرکت های ما سهامی خاص به صورت خانوادگی اداره می شوند و همین طور سهامداران عضو هیئت مدیره هستند که در مقام سهامداری مطالبه گر و در مقام هیئت مدیره پاسخگو هستند ولی در شرکت های حرفه ای هیئت مدیره از اعضای صاحب دانش و تجربه اداره می شود و به سرمایه گذار و سهامدار پاسخگو هستند

وی افزود: اکثر شرکت های ما با اساسنامه کلاسیک که دانشی در مورد آنها ندارند اداره می شوند شرکت های ما هنوز به تعداد انگشت شماری هستند که مدیران آنها دانش و تجربه بین المللی دارند صادرات شرکت های به صورت؟؟؟ است اکثر شرکت های دارای انبار دفتر در بازار هدف نیستند اکثر صادرات ما به صورت امانت فروشی است که قراردادهای خاص آن هم رعایت نمی شود و بازار پایداری به دست نمی آید بنابیان

خاطرنشان کرد: وقتی شرکت های ما دارای قواعد راهبری نباشد هم در رفتارهای برون سازمانی و هم درون سازمانی با بحران مواجه هستند و در شرکت ها دچار کمبود نیروی انسانی ماهر است.

* اختلاف مالکیت و مدیریت در سازمان های

بخش خصوصی

مجری برنامه به اختلاف مالکیت و مدیریت در سازمان های بخش خصوصی به عنوان چالشی که مسئولیت پذیری را دچار تزلزل کرده و امکان پیاده سازی راهبری شرکتی و بدست آوردن موفقیت پایدار را از بین می برد اشاره می کند و از دکتر اولیایی نایب رئیس کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق بازرگانی ایران با موضوع ضرورت استقرار حاکمیت شرکتی در بنگاه های بخش خصوصی به سخنرانی پردازد.

* مفهوم راهبری شرکتی

دکتر اولیایی نایب رئیس کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق بازرگانی ایران گفت: مفهوم راهبری شرکتی را به عنوان فصل ذینفعان مرور کنیم هر سازمان از محیط درون و بیرون تشکیل شده و از ذینفعان متفاوتی وجود دارد که بر سازمان اثرگذار و از سازمان اثرپذیر هستند و وظیفه هیئت مدیره و





برای از بین بردن تضاد منافع مالک و مدیر از راه حل راهبری شرکتی استفاده می کنیم.

* وظایف هیئت مدیره و رئیس هیئت مدیره

دکتر جان نثار سخنران بعدی، به بیان وظایف هیئت مدیره و رئیس هیئت مدیره پرداخت و گفت: برخی از وظایف هیئت مدیره با آمدن راهبری شرکتی پررنگ تر شد و یا مکانیزم کنترل بیشتری برای آن دیده شده است

وی به تفکیک مبحث وظایف هیئت مدیره و مدیر عامل پرداخت و گفت: هیئت مدیره از بین خودشان مدیرعامل انتخاب می کنند و یک رابطه پاسخگویی بین رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل وجود دارد.

* ضرورت حاکمیت شرکتی در فضای امروزه

بنگاه های شرکتی

دکتر اولیایی همچنین در پایان پیرامون ضرورت حاکمیت شرکتی در فضای امروزه بنگاه های شرکتی به سخنرانی پرداخت و گفت:

عمده شرکت های کشور سهامی خاص هستند و سهامداران عضو هیئت مدیره هستند و مدیران میانی هم از این افراد استفاده می شود و خیلی درک درستی از راهبری شرکتی ندارند و به پاسخ به این سوال راهبری شرکتی چه کمکی به این شرکت ها می کند پرداخت.

شرکت این است که انتظارات را احصا و شناسایی کند و اولویت بندی کند و بتواند توازنی بین آنها برقرار کند که در برخی مواقع این انتظارات ذینفعان در تضاد و تمایز با هم هستند ما برای رفع این تناقض از ابزار راهبری شرکتی استفاده می کنیم.

وی افزود: وقتی از راهبری شرکتی استفاده می کنیم واژه سودآوری به ذهن خطور می کند به همین دلیل از واژه راهبری سازمانی استفاده می کنم که می توانیم از آن در بخش های غیرانتفاعی هم به کار ببریم و واژه راهبری سازمانی یک واژه کلانتر و بزرگتری است که همه مجموعه ها را دربرمی گیرد.

تا زمانی که شرکت ها کوچک بودند و تفکیک مالکیت و مدیریت وجود نداشت، تضادی هم به وجود نمی آمد با بزرگتر شدن شرکت ها مالکیت از مدیریت جدا شد و بحث کارگزار و کارگمار مطرح شد و بین این تضاد منافع وجود دارد و به همین دلیل مشکل نمایندگی بوجود آمد و برای رفع این مشکل از ابزار راهبری شرکتی استفاده می کنیم



مسئولیت اجتماعی رسانه در ایران از نگاه کارشناسان



دولت خواهد شد از این رو در این گزارش به دیدگاه کارشناسان پیرامون مسئولیت اجتماعی رسانه در ایران از نگاه کارشناسان می پردازیم.

*** دکتر ابراهیم جعفری / نظریه مسئولیت اجتماعی؛ مناسب ترین تئوری برای جامعه ما**

دکتر ابراهیم جعفری، استاد علوم ارتباطات دانشگاه بیان اینکه دنیس مک کوئل یکی از اندیشمندان علوم ارتباطات اجتماعی است که نظریه های هنجاری برای رسانه ها در نظر می گیرد اظهار کرد: منظور از این نظریه ها این است که رسانه ها باید با نیاپدهایی را در عمل و در انجام وظیفه خود در نظر بگیرند همچنین رسانه ها را به رسانه های اقتدارگرا، آزادی گرا، کمونیستی، رسانه هایی که با شیوه مسئولیت اجتماعی کار می کنند و رسانه های توسعه بخش تقسیم بندی می کند.

وی با اشاره به اینکه صاحب نظران نظریه مسئولیت اجتماعی را مناسب ترین تئوری برای جامعه ما در نظر می گیرند افزود: این نظریه بر پایه آزادی همراه

مسئولیت اجتماعی یک رویکردی متعالی است که تحت تأثیر اجتماعی افراد یا سازمان نسبت به محیط پیرامونی خود می باشد و هدف اصلی آن، ایجاد حرکتی مثبت هر چند کوچک بر جامعه است.
فاطمه ملکی

*** مسئولیت اجتماعی؛ یک رویکردی متعالی**

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اجتماعی یک رویکردی متعالی است که تحت تأثیر اجتماعی افراد یا سازمان نسبت به محیط پیرامونی خود می باشد و هدف اصلی آن، ایجاد حرکتی مثبت هر چند کوچک بر جامعه است. زیرا امروز سازمانها علاوه بر خدمات اصلی و جانبی بخشی از زمان و منابع خود را نیز به فعالیت های عام المنفعه اختصاص دهند. مسئولیت اجتماعی از جمله مقولاتی است که سالهاست توسط صاحب نظران مسایل ارتباطی و یونسکو در حوزه مطبوعات و رسانه ها با تا کید بر اخبار توسعه مطرح شده است.

*** مسئولیت اجتماعی رسانه ها**

بر این اساس رسانه ها حق دارند از سازمانهای مختلف انتقاد کنند و آنها را به چالش بکشند اما خود نیز در برابر منافع و نیازهای جامعه مسئولند و باید پاسخگو باشند، چرا که با اشتباه آنها افکار عمومی نیز مرتکب خطا می شود.

رسانه به عنوان تاثیرگذارترین نهاد فرهنگی میتواند در رواج قانون گرایی و مبارزه با قانون گریزی به طور موثر و موفق وارد عمل شود. وجود رسانه در دنیای امروز نشانه آزادی بیان و اندیشه و سنگری محکم برای دفاع از حقوق مردم و شهروندان است و احساس مسئولیت آن موجب بیداری جامعه و پاسخگویی سازمانها و

کرده و هرکسی اعلام خودمختاری و استقلال می کند.

وی با بیان اینکه روند فردگرایی دارای سیر طبیعی بوده و تا حدی هم ناشی از فشارهای بیرونی همچون جهانی شدن و کم رنگ شدن محلی گرایی، برداشته شدن مرزهاست خاطرنشان کرد: مشکل اینجاست که فردگرایی ما را از شهروند بودن و حس شهروندی دور می کند در همین جاست که رسالت و وظایف یک رسانه مطرح می شود که باید حس شهروندی را در مخاطبان ایجاد کنند به آنها آگاهی دهد.

* وظیفه یک روزنامه نگار تنها داد و ستد فعالیت فکری او با دستمزد نیست

دکتر جعفری در اخلاق حرفه ای روزنامه نگاری وظیفه یک روزنامه نگار تنها داد و ستد فعالیت فکری او با دستمزد نیست بیان کرد: خبرنگار یا روزنامه نگار صرفاً برای درآمدزایی کار نمی کند باید به مصالح اجتماعی فکر کند باید هر خبری که تنظیم می کند تمام پیامدهای آن را در نظر بگیرد که چه آثاری ممکن است در جامعه داشته باشد هم آثار مثبت و هم آثار منفی. اینجا از عرف و خواست مردم نباید فاصله بگیرد و اخلاق را در نظر بگیرد.

دکتر جعفری بیان کرد: مسئولیت اجتماعی رسانه ها این است که با تیغ جراحی نقد به اصلاح امور بپردازند و این امر با

تخریب فرق می کند بیشتر تاکید من بر روزنامه است به این دلیل که رادیو، تلویزیون و خبرگزاری های دولتی مجبورند از حاکمیت ها دفاع کنند ولی روزنامه ها اغلب جز بخش خصوصی و دست آنها بازتر است همچنین همه آنها حقوق بگیر دولت نیستند و این ظرفیت و قابلیت را دارند که بیشتر از این منظر عملکرد دولتها را زیر ذره بین قرار دهند و نقد کنند نقاط آسیب پذیر را گوشزد کنند این به مفهوم مچ گیری و منفی بافی نیست برخی

با تعهد استوار است به این مفهوم که اگر رسانه ها در انتقاد از مسئولان، سیاست گذاری های آنها و در قبال عملکرد دولت آزاد باشند باید آینه تمام نمایی از دیدگاه منتقدین جامعه و نماینده افکار عمومی باشند از طرف دیگر در انتشار اخبار و دیدگاه ها توسط رسانه یک مسئولیت و رسالتی بر دوش آنها است پس همانطور که رسانه ها علی الخصوص مطبوعات در انتقاد از دولت و سایر نهادها آزاد هستند در مقابل مصالح جامعه، منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه هم دارای مسئولیت بوده که دامنه این مسئولیت ها گسترده است.

* نتیجه فردگرایی

این استاد دانشگاه اظهار کرد: یکی از وظایف مهم رسانه ها از منظر مسئولیت اجتماعی ایجاد حس شهروندی در مخاطبانی است که بر اثر پیشرفت صنعت و شهرنشینی یا در سطح کلان تر به خاطر جهانی شدن به سمت فردگرایی رفته سبک و روند زندگی آنها به سمت کوچک شدن پیش می رود.

دکتر جعفری خانوادهها را در گذشته از نوع خانواده گسترده دانست که منافع جمعی مد نظر آنها بوده است افزود: در حالی که به سمت خانواده هسته ای پیش رفته و این روند تحمیلی نبوده و تا حدی طبیعی است. زمانی که در جامعه تخصص های مختلف وجود دارد؛ سطح تحصیلات بالا می رود و زنان با آموزش، تعلیم و با ورود به دانشگاه ها قدرتمند و خودمختار می شوند؛ به دنبال آن فردگرایی متجلی می شود، روند عمومی جامعه نیز به سمت فردگرایی رفته و این

پدیده رشد



رسانه مسئولیت اجتماعی

اجتماعی و جایگاهی برای طرح نظرهای گوناگون باشد ما در یک جامعه چند صدایی زندگی می کنیم البته مرزبندی وجود دارد با افکار عمومی و آن توده گرایی که یک وجه آن عوام گرایی است. جامعه از یک صدایی واحد به صداهای متعدد تبدیل شده جامعه کثرت گرا همه

در عین اینکه با هم هستند ولی هویت های مستقلی هم دارند انسان ها در عین باهم بودن ولی در گروه های مستقلی متشکل هستند به این جامعه چند صدایی گفته می شود خبرنگار وقتی خبری و یا گزارشی را می نویسد مخاطب یک حالت کثرت گرایی دارد و امروز باید به سمت رسانه های کثرت گرا برویم که منعکس کننده گرایش های مختلف اجتماعی باشد و جایگاهی برای طرح نظرهای گوناگون باشد.

- تشکیل گروه های تحقیقاتی برای ارائه گزارشهای مستمر درباره رسانه ها یعنی در کنار عمل اجرایی یک گروه های پژوهشی داشته باشیم که مرتب آثار برنامه ها بر روی مخاطبان رصد کنند.

*** این استاد دانشگاه نباید های نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه ها را چنین برمی شمرد:**

- به اقلیت ها احترام بگذاریم نباید یک رسانه ای یک اقلیت و لو محدود و کوچک استهزا کند و اهانت کند این از مسئولیت اجتماعی رسانه فاصله گرفته و دور افتاده و این اقلیت ها می توانند اقلیت مذهبی، فکری باشند.

- تشویق جامعه به بی نظمی و خشونت. اگر رسانه ای جامعه از تعادل خارج کند به سمت آنومی و آشوب یا به سمت حرکت های غیرقانونی سوق بدهد این از نظریه مسئولیت اجتماعی فاصله می گیرد.



انتقاد را به مفهوم دست روی نقاط منفی گذاشتن می دانند اما این طور نیست نقد یعنی هم موارد ایجابی و مثبت و هم موارد منفی را بیان کنیم نقاط مثبت را تقویت و ضعفها را برطرف کنیم و همین موضوع یکی از مهمترین رسالت های مطبوعات و بخصوص روزنامه ها است.

*** وی بر این اعتقاد است**

که نظریه مسئولیت اجتماعی باید و نبایدهایی دارد یعنی الزاماتی باید رعایت کند و از یک سری چیزها باید فاصله بگیرد و بایدها شامل موارد زیر می شود:

- پذیرش مسئولیت اجتماعی از جانب رسانه ها

- وابستگی به ارزش هایی مانند صداقت، دقت، عینیت و بی طرفی در حد استانداردهای بالای حرفه ای یعنی در اخبار حب و بغض نباشد خبر نباید ایدئولوژیک باشد

- متعهد در برابر وظایف اجتماعی قبل از تعهد به مالکان رسانه ها و خواست گیرندگان رسانه. وظیفه روشن فکر این است که یک قدم جلوتر از مردم باشد و به سمت و سوی مردم را هدایت کند که مردم در بدو امر با آن مخالفت می کنند. متأسفانه الان روشنفکرها دیگر از صحنه دور شدند و بیشتر سلبریتی ها روی کار هستند و افرادی که مایه ندارند و همین امر تهدید جدیدی است که هم اکنون متوجه جوامع شده است. یک روزنامه نگار یا خبرنگار نباید فقط در راستای یک تفکر عوام گرایانه که ما اطمینان داریم که ممکن است به ضرر مردم باشد همگام باشد بلکه باید آنها را هشدار بدهد.

- کثرت گرا و منعکس کننده گرایش های مختلف



*** یکی از مهم‌ترین رویکردهای تحول و توسعه یک جامعه موضوع «مسئولیت اجتماعی» است**

سیدرضا جمشیدی مدیرمسئول رسانه مسئولیت اجتماعی نیز در این خصوص در یادداشت خود آورده است:

قدرت و قابلیت روزافزون رسانه موجب شده دیگر حتی حکومت‌ها نیز مانند گذشته، آن را تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی و سرگرمی‌سازی ندانند و از آن به‌عنوان یک سلاح کارآمد در عرصه حکمرانی بهره‌گیرند. به همین دلیل نیز جوامع برخوردار از ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته‌تر یا محصولات رسانه‌ای جذاب‌تر، پیشروی فرهنگی سریع‌تر و موقعیت فرهنگی برتری پیدا کرده‌اند. با وجود این گستره وسیع انتخاب از میان الگوهای رفتاری متنوع و متکثر که امروزه پیش روی افراد قرار دارد، به‌شکلی اساسی تبدیل شده است. به‌ویژه افراد و گروه‌هایی که به‌دنبال یک زندگی هدفمند هستند، با این مشکل دست و پنجه نرم می‌کنند که چگونه عمل کنند تا هم ارزش‌های پذیرفته‌شده‌شان حفظ شود و هم در کنار آن به سلیقه‌های شخصی آنها پاسخ داده شود. در چنین شرایطی هر فردی با توجه به وضعیت اجتماعی خود جایگاهی برای خویشتن قائل است و از پس این ارزش‌ها و جایگاه‌ها درصدد رسیدن به خواسته‌ها و هدف‌های خویش است، این وضعیت در ایران نیز وجود داشته است یکی از مهم‌ترین رویکردهای تحول و توسعه یک جامعه موضوع

«مسئولیت اجتماعی» است. مسئولیت اجتماعی به‌صورت کلی یک پارادایم مثبت و سازنده است اما در جزئیات و در کارکردهای بخش‌های مختلف جامعه است که نقش حیاتی و کلیدی خود را ایفا می‌کند. جامعه امروز ایران با چالش‌های متعددی مواجه شده و به همین دلیل بیش از هر چیز به مسئولیت اجتماعی در سطوح مختلف خود نیاز دارد.

*** مسئولیت اجتماعی یک ر مسئولیت اجتماعی یک چارچوب و محدوده اخلاقی است**

این رویکرد نیز با الگوسازی در جامعه نهادینه خواهد شد. مسئولیت اجتماعی یک چارچوب و محدوده اخلاقی است که در آن وظایف مختلفی که تمامی آنها دارای منافع برای جامعه هستند،

بین استقلال و وظایف اجتماعی رسانه ها باید وجود داشته باشد و در این جوامع ضمن محترم شمردن مالکیت خصوصی و تکثر رسانه ای، رسانه ها باید به ارزش هایی مانند صداقت، دقت، عینیت، بی طرفی و رعایت استانداردهای حرفه ای را محترم بشمارند و دخالت دولت را برای پاسداری از اهداف عمومی را مشروع قلمداد نمایند دولت های نیز مکلفند با حمایت یارانه ای و مجوز صدور اتحادیه های حرفه

ای و تشکیل گروه های تحقیقاتی زمینه رقابت سالم و هدفمند را در حوزه رسانه با رویکرد مسئولیت اجتماعی تحقق بخشند. وی با بیان اینکه بر اساس نگرش مسئولیت اجتماعی رسانه ها در عین پاسخگویی به نیازهای مخاطبان در برابر فعالیت خود نیز مسئولیت داشته باشند وظایف اجتماعی خود

بر عهده فرد، سازمان یا نهادی خاص گذاشته می شود. این مفهوم به صورت دقیق تر به معنای انجام وظایف فردی به وسیله تک تک افراد جامعه است که انجام این وظایف باعث می شود تا تعادل مناسبی بین اکوسیستم و اقتصاد جامعه برقرار شود.



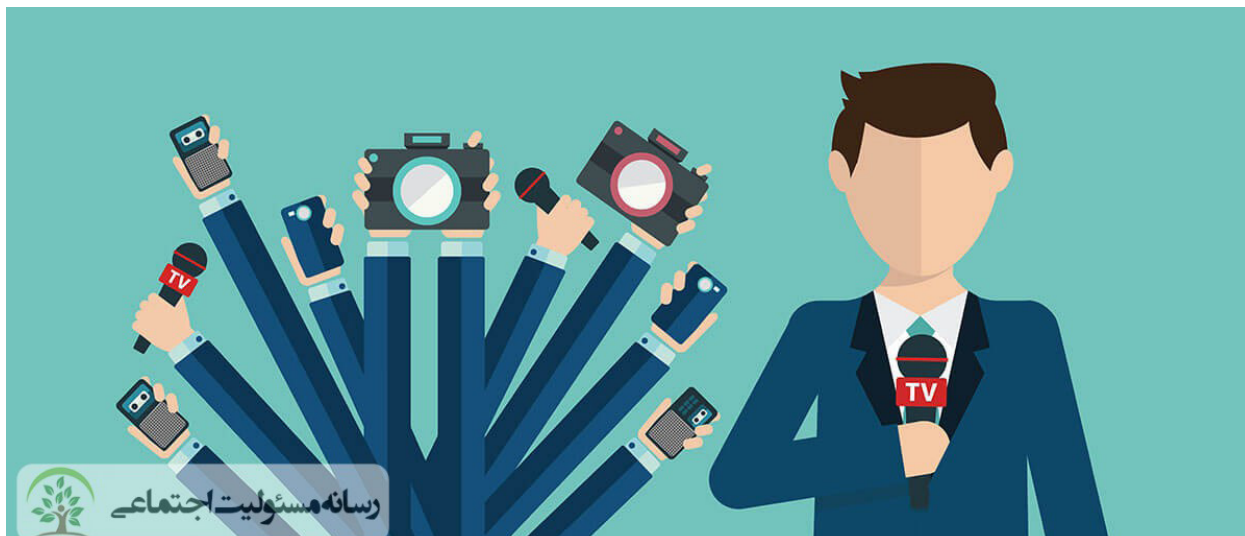
*** عبدالله ذاکر / نظریه هنجاری مسئولیت اجتماعی رسانه ها**
عبدالله ذاکر کارشناس حوزه رسانه نیز در یادداشت خود آورده است:

این کارشناس رسانه تصریح کرد: دنیس مک کوئل معتقد است که نظریه هنجاری مسئولیت اجتماعی رسانه ها متکی بر این فرض است که پیام پراکنی مسئولیتی عمومی است.

*** آزادی و مسئولیت دو روی یک سکه هستند**
عبدالله ذاکر گفت: بر اساس الگوی مسئولیت اجتماعی یک توازنی

او اصول این نظریه را در ۵ گزاره به شرح ذیل خلاصه کرده است:

- ۱- رسانه ها تکالیف در قبال جامعه دارند و صاحبان رسانه ها دارای مسئولیت عمومی هستند.
- ۲- رسانه های خبری باید صادق دقیق عادل و بی طرف باشند و عملکردشان مرتبط با موضوع می باشد.
- ۳- رسانه ها باید آزاد و خودتنظیم باشد.
- ۴- رسانه باید قوانین اخلاقی پذیرفته شده را رعایت کنند و به طور حرفه ای مدیریت شوند.
- ۵- تحت برخی شرایط دولت نیاز دارد تا در کار آنها در راستای پاسداری از منفعت عمومی دخالت کند.



باید نسبت به اخلاق اجتماعی متعهد باشند در زمینه مسئولیت اجتماعی رسانه ها در ایران با توجه به قانون اساسی و قانون مطبوعات مسائل حقوقی و دینی تعریف خاص می شود البته رسانه های اجتماعی دیگر دیدگاه متفاوتی درباره آزادی بیان و انتشار دارند اما در بحث مسئولیت و رسانه های گروهی اصل مسئولیت اجتماعی به مسئولیت اقتصادی و فردی تقدم دارد که باید رسانه ها آن را در جهت منافع عمومی در نظر بگیرند که در عین صحت و دقت بی طرفی و عینیت و حفظ خط قرمزهای مورد نظر از نظر قانون نیز غافل نباشند.

قانون اساسی رئیس آن توسط رهبر انقلاب تعیین می شود و سه قوه هر کدام دو ناظر در صدا و سیما دارند بنابراین دولت نقش عمده ای در اداره آن ندارد.

۳- رسانه های خصوصی که شامل تعداد بیشتر روزنامه ها و سایت ها را دربر می گیرد که از نظر دخل و خرج و فعالیت ها در چارچوب قانون مطبوعات فعالیت می کنند.

* اصل مسئولیت اجتماعی به مسئولیت اقتصادی و فردی تقدم دارد

عبدالله ذاکر خاطرنشان کرد: به دلیل هجوم رسانه های خارجی و بیگانه و تهاجم فرهنگی محدودیت ها و رسانه های ایران با توجه به رسانه های داخل نسبت به افشار داخل منافع ملی مسئولیت دارند

را محدود به گیرندگان پیام یا مالکان رسانه ها ندانند، خاطرنشان کرد: مضمون اصلی این نظریه این است که آزادی و مسئولیت دو روی یک سکه هستند و همانگونه که رسانه ها حق انتقاد از دولت و سایر نهادها را دارند مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع عمومی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند.

* مسئولیت اجتماعی رسانه در ایران

وی با اشاره به مسئولیت اجتماعی رسانه در ایران تصریح کرد: در جمهوری اسلامی ایران رسانه ها به سه دسته تقسیم می شوند که عبارتند از:

۱- رسانه های عمومی مثل روزنامه های همشهری کیهان و ... که تابع مقررات رسانه ای هستند گرچه به طور غیرمستقیم به دولت وابسته اند اما از نظر درآمدزایی و فعالیت ها مستقل هستند

۲- رسانه های دولتی مثل روزنامه ایران، خبرگزاری ایرنا و صدا و سیما البته صدا و سیما یک رسانه حاکمیتی است طبق اصل ۱۷۵





همایش مدیریت سبز و مراسم افتتاحیه پروژه محاسبه حد پایین کربن و ردپای آب

مریم شقاقی

همایش مدیریت سبز و مراسم افتتاحیه پروژه محاسبه حد پایین کربن و ردپای آب از ساعت ۱۳:۴۵ الی ۱۸ به صورت مجازی در تاریخ ۲۷ تیرماه ۱۴۰۰ برگزار شد.

و گرمایش زمین محاسبه ردپای کربن در اقتصاد کلان محاسبه ردپای آب زنان و توسعه پایدار رویکردهای نوین hse سنجه های ساختمان پایدار جزء عناوین این همایش بودند.

* مراسم افتتاحیه

مراسم افتتاحیه و مجمع عمومی انجمن مدیریت سبز ایران از ساعت ۱۳:۴۵ تا ۱۵:۳۰ انجام شد.

* جمع بندی همایش

در نهایت محمد حسن امامی انجمن مدیریت سبز ایران به جمع بندی نتیجه گیری و اهداف آینده پرداخت.

* همایش مدیریت سبز

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، همایش مدیریت سبز و مراسم افتتاحیه پروژه محاسبه حد پایین کربن و ردپای آب در پنج بخش خوشامدگویی، نهضت کیفیت سبز محاسبه ردپای کربن و توسعه پایدار و مدیریت سبز برگزار شد.

* سخنرانان

سخنرانان این همایش به ترتیب محمد حسن امامی رئیس انجمن مدیریت سبز ایران، رئیس بنیاد جهانی انرژی، رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران، رئیس انجمن مدیران، رئیس جامعه مدیریت سبز اروپا، کارشناسی ارشد مدیریت انرژی از اتریش استادیار دانشکده مهندسی انرژی صنعتی شریف، مشاور انرژی معاونت انسانی سازمان حفاظت محیط زیست، هیئت علمی دانشگاه آزاد تهران شمال، مدیرعامل شرکت asigmo_austria، مدیرعامل پایش سیستم مهر و دبیر شورای عالی ساختمان سبز ایران بودند.

* عناوین

به ترتیب انرژی و گرمایش زمین از کیفیت گرایبی تا رویکرد سبز محاسبه ردپای کربن ممیزی انرژی

ردیف	بخش	سخنران	عنوان	ساعت
۱	خوش آمدگویی	محمد حسن امامی		
۲	نهضت کیفیت سبز	رئیس بنیاد جهانی انرژی Wolfgang Neumann	انرژی و گرمایش زمین	۱۵:۳۵ - ۱۵:۴۵
۳	محاسبه ردپای کربن و آب	رئیس انجمن مدیران فرزین انصاریان	از کیفیت گرایی تا رویکردهای نوین	۱۵:۴۵ - ۱۶:۰۰
۴	محاسبه ردپای کربن و آب	رئیس جامعه مدیریت سبز اروپا Helmut Berger	محاسبه ردپای کربن	۱۶:۰۰ - ۱۶:۱۵
۵	انرژی از اتریش	کارشناس ارشد مدیریت انرژی از اتریش Rainer Stifter	مجموع عمومی انجمن مدیریت سبز ایران	۱۶:۱۵ - ۱۶:۳۰
۶	انرژی از اتریش	استادیار دانشکده مهندسی انرژی - صنعتی شریف مشاور انرژی معاونت انسانی سازمان حفاظت محیط زیست	محاسبه ردپای کربن	۱۶:۳۰ - ۱۶:۴۵
۷	انرژی از اتریش	هیئت علمی دانشکده آزاد تهران شمال مهناز نورانی	محاسبه ردپای آب	۱۶:۴۵ - ۱۷:۰۰
۸	نوبه پایدار	مدیرعامل شرکت Asigmo-Austria Shiva Ghahremani	زبان و نوبه پایدار	۱۷:۰۰ - ۱۷:۱۵
۹	مدیریت سبز	مدیرعامل پایش سیستم مهر حمید نظیرکده	رویکردهای نوین HSE	۱۷:۱۵ - ۱۷:۳۰
۱۰	مدیریت سبز	دبیر شورای عالی ساختمان سبز ایران حمید نظیرکده	سنجه های ساختمان پایدار	۱۷:۳۰ - ۱۷:۴۵
۱۱	جمع بندی و نتیجه گیری و اهداف آینده	پرسش و پاسخ محمد حسن امامی		۱۸:۰۰



بررسی و رفع مشکلات بازنشستگان با حضور شرکای اجتماعی

شریفه جمشیدی

رئیس مؤسسه عالی پژوهش سازمان تأمین اجتماعی گفت: در نشست های رؤیای تأمین اجتماعی فراگیر مشکلات و چالش های بازنشستگان با حضور شرکای اجتماعی بررسی و برای رفع آنها راهکار در نظر گرفته می شود.

مورد توجه قرار می گیرد، گفت: بعد از بررسی و بحث بر روی این چالش ها، حل آنها مورد توجه قرار می گیرد و تاکنون موضوعات مختلفی در این نشست ها با حضور مدیرعامل و مسئولان مرتبط برگزار شده است. رئیس مؤسسه عالی پژوهش سازمان تأمین اجتماعی اظهارداشت: در این نشست ها با توجه به چالش های مطرح شده، راهکارهایی نیز عنوان می شود که در نهایت بسیار مثمر ثمر و مفید بوده اند.

وی گفت: عرصه سیاستگذاری کشور کلکسیونی از مسائل حل نشده است که امیدواریم با تدابیری که در حوزه تأمین اجتماعی اندیشیده شده، چالش ها و مشکلات مربوط به بازنشستگان برطرف شود. /مهر

روزبه کردونی در نشست رؤیای تأمین اجتماعی فراگیر (متناسب سازی حقوق مستمری بگیران) که امروز برگزار شد، با اشاره به اینکه در اولین نشست با حضور شرکای اجتماعی در مؤسسه عالی پژوهش این افراد از اجرای متناسب سازی ناامید بودند، گفت: شرکا تلویحا اعلام کردند که امیدی به حل مسائل بازنشستگان ندارند.

وی تأکید کرد: در مردادماه سال گذشته اولین مرحله متناسب سازی حقوق بازنشستگان اجرایی شد به طوری که شرکای اجتماعی اعلام کردند که این مطالبه بعد از ۷ یا ۸ سال محقق شده است.

کردونی با اشاره به اینکه در نشست های رؤیای تأمین اجتماعی فراگیر مسائل و مشکلات بازنشستگان



لزوم توجه به کسب و کارهای خرد زیر سایه کرونا



زیرساختهای مالی کشور است. باید در نظر داشت که از بین رفتن کسب و کارهای کوچک می تواند آسیب زیادی به اقتصاد وارد کند و باعث از بین رفتن فرصتهای شغلی زیادی شود. به همین دلیل ورود به این حوزه از مسؤلیتهای اجتماعی اهمیت زیادی دارد.

در آمریکا اخیراً گزارشی در مورد ورود به این حوزه منتشر شده است. اتاق بازرگانی آمریکا اعلام کرده است تعداد زیادی از شرکتهای بزرگ، حمایت از کسب و کارهای کوچک و آسیب پذیر را شروع کرده اند.

به عنوان مثال کسب و کارهایی که مالک آنها سیاه پوستان هستند، یا کسب و کارهایی که در محله های فقیر مشغول به کار بودند و در این روزها به دلیل ویژگی های اقتصادی منطقه بیش از کسب و کارهای فعال در مناطق ثروتمند آسیب دیده اند، در فهرست کسب و کارهایی قرار گرفته اند که این منابع مالی را دریافت می کنند.

از طرف دیگر طرحی برای تخصیص بودجه های مرتبط با مسؤلیتهای اجتماعی شرکتهای بزرگ به رستوران ها و کافی شاپ های کوچک مطرح شده است. زیرا کسب و کارهایی که با سرمایه های کوچک راه اندازی شده بودند به علت تعطیلی های پی در پی، آسیب زیادی دیده و تعطیل شده اند یا در خطر تعطیلی قرار گرفته اند. به همین دلیل حمایت از آنها با استفاده از بودجه مسؤلیتهای اجتماعی شرکتهای بزرگ مطرح شده است.

مهمترین مسؤلیت شرکتهای بزرگ در سال ۲۰۲۱ حمایت از شرکتهای کوچک و متوسط است که در سال گذشته بخاطر کرونا آسیب دیده اند
میلااد تکسیمی

شرکتهای بر مبنای نیازهای سال و ویژگیهای اقتصادی کشورها تغییر می کند. در این گزارش آمده است: «در سال ۲۰۲۰ بسیاری از کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا آسیب دیدند و بسیاری از ادامه کار بازماندند. به همین دلیل است که حمایت از کسب و کارهای کوچک و آسیب دیده به یکی از مهمترین مسؤلیتهای اجتماعی شرکتهای تبدیل می شود.

از بین رفتن کسب و کارهای کوچک می تواند آسیب زیادی به اقتصاد وارد کند و باعث از بین رفتن فرصتهای شغلی زیادی شود. به همین دلیل ورود به این حوزه از مسؤلیتهای اجتماعی اهمیت زیادی دارد.

در واقع شرکتهای بزرگ که بخشی از بودجه خود را برای تاثیر گذاری در جامعه در نظر می گیرند، می توانند از این بودجه برای ارایه کمک های مالی بلاعوض به کسب و کارهای کوچک استفاده کنند. این کار باعث می شود تا کسب و کارهای کوچک و متوسط احیا شوند و با بازگشت آنها به بازار کار، از افزایش بیکاری و از بین رفتن فرصتهای شغلی جلوگیری شود.»

طبق این گزارش تخصیص بودجه های مرتبط با مسؤلیتهای اجتماعی شرکتهای بزرگ به شرکتهای متوسط و کوچک و حمایت از آنها به معنای حمایت از اقتصاد کشور، حمایت از بازار کار و در نهایت احیای

بانک صادرات ایران

بانک صادرات ایران در زمینه بانکداری الکترونیک به شرایط مطلوب‌تری دست خواهد یافت

قائم‌مقام مدیرعامل بانک صادرات ایران گفت: تاسیس هلدینگ فناوری اطلاعات بانک صادرات ایران موجب هم‌افزایی بیشتر بین شرکت‌های زیر مجموعه بانک شده و این بانک در زمینه بانکداری الکترونیک به شرایط مطلوب‌تری دست خواهد یافت.

مریم شقاقی

حاضر بانک دارای ۳۲ هزار میلیارد ریال سود انباشته است.

*** بانک صادرات ایران به این موفقیت قانع**

نیست

بانک صادرات ایران ظرفیتی به مراتب بالاتر از این ارقام دارد. در واقع با یک نگاه به ترازنامه و صورت سود و زیان بانک می‌توان دریافت که موفقیت‌های فراوانی با همت و تلاش همه کارکنان بانک فراهم آمده است. در حال حاضر بیش از ۹۴ درصد عملیات بانکی به صورت غیرحضوری و خارج از شعبه انجام می‌شود و در آینده نزدیک تمامی خدمات بانکی از طریق گوشی موبایل انجام خواهد گرفت.

صدیق افزود: بانک صادرات ایران به این موفقیت قانع نیست و در پی افزایش سود انباشته برای افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه است که به عنوان یک شاخص در مرادوات بین‌المللی بسیار مورد توجه قرار خواهد گرفت و باید تلاش کنیم تا این میزان را به بالای ۸ و

*** موفقیت‌های بانک صادرات ایران در کسب سود در پایان سال ۹۹**

رضا صدیق در مراسم تکریم و معارفه مدیریت شعب بانک در استان چهارمحال و بختیاری از ارتقای اپلیکیشن صاب و سامانه شمس نیز خبر داد و گفت: در آینده اکثر باجه‌ها در شعب برچیده خواهد شد. شیوه کسب و کار تغییر خواهد کرد و مواردی مانند مشاوره‌های مالی، مالیاتی، بیمه‌ای و هر آنچه که خواسته مردم باشد، در سطح شعب انجام خواهد شد.

وی با اشاره به موفقیت‌های بانک صادرات ایران در کسب سود در پایان سال ۹۹ اظهار کرد: فعالان بازار سرمایه بیشتر به ارقام صورت‌های مالی بانک توجه دارند و حتی بانک‌های خارجی اگر بخواهند با بانک‌ها همکاری کنند، اغلب به همین گزارش‌ها توجه دارند. برخی ارقام مانند زیان انباشته ۸۵ هزار میلیارد ریالی بانک در سال‌های گذشته موجب مشکلاتی برای بانک شده بود که با تلاش همه همکاران در سال ۹۹ همه زیان پوشش داده شد، سود مناسبی تقسیم شد و در حال

بانک صادرات ایران را یادآوری کرد و گفت: طرح طراوت بانک صادرات ایران تحول زیادی در نظام بانکی کشور ایجاد کرد. بانک صادرات ایران مشکل و کمبود محصولات بانکی ندارد و اقبال به بانک صادرات ایران بیش از گذشته است. باید تلاش کرد تسهیلات خرد از جمله تسهیلات کرونا و ازدواج برای مردم با سهولت بیشتری پرداخت شود.

* بازدید از شعبات استان چهارمحال و بختیاری

صدیق با قدردانی از زحمات اسماعیل ستارپسند، مدیر شعب سابق بانک صادرات استان چهارمحال و بختیاری و سایر مدیران و همکاران این استان در بهبود مناسب شاخص‌های عملکردی بانک، برای افشین یریان در تصدی مسئولیت مدیریت شعب بانک در این استان آرزوی موفقیت کرد.

قائم‌مقام مدیرعامل بانک صادرات ایران در جریان سفر به استان چهارمحال و بختیاری از چهار شعبه ۲۰۵۷ میدان انقلاب شهر کرد، شعبه ۳۶۳۴ دروازه سامان، شعبه ۳۵۳۸ چالشتی و شعبه ۱۱۵۵ سامان نیز بازدید و روند خدمت‌رسانی و فعالیت این شعب را از نزدیک مورد بررسی قرار داد.

حتی ۱۲ درصد برسانیم.

قائم‌مقام مدیرعامل بانک صادرات ایران با تاکید بر لزوم افزایش منابع شعب نسبت به سال گذشته، اظهار کرد: برای افزایش منابع و تحقق اهداف شعب باید نوع نگاه به گردش منابع و دایره عملیات شعبه را بهبود بخشید. در زمینه بانکداری شرکتی باید فعالیت گسترده‌تری صورت بگیرد و کار برای استفاده از ظرفیت آن فراوان است.

* ۵۰ درصد مردم ایران؛ مشتری بانک صادرات

ایران

صدیق با بیان اینکه حدود ۵۰ درصد مردم ایران مشتری بانک صادرات ایران هستند، افزود: در بانک بیش از ۳۸ میلیون مشتری و بیش از ۵۲ میلیون حساب وجود دارد و قابلیت‌های زیادی برای کار است. انتظار می‌رود تا نیمه شهریور ماه که بانک وارد هفتادمین سال فعالیت خود می‌شود، منابع قابل توجهی جذب شود.

وی با تاکید بر آموزش و استفاده از همه ظرفیت نیروهای شعب و جانشین پروری، تنوع محصولات



دولت خیرین را تشویق کند / سلامت جامعه مربوط به یک فرد نیست

دولت خیرین را تشویق کند / سلامت جامعه مربوط به یک فرد نیست

فاطمه ملکی

سلامت جامعه بحثی است که در همه خانواده‌ها و جزء به جزء افراد وجود دارد و مربوط به یک بخش خاص نیست. هنگامی که سلامت جامعه را در نظر بگیرید، هیچ فردی نمی‌تواند فراتر از این مسئولیت و اهداف، قدمی بردارد و هر کسی که قدم مثبتی بردارد به خود، خانواده و جامعه کمک خواهد کرد. کار خیر و کاری جزء کارهایی است که خیلی به ثروتمند و فقیر بودن مربوط نیست مثلاً در حال حاضر که درگیر شیوع بیماری کرونا هستیم، آلوده شدن یک نفر مساوی با آلوده شدن افراد دیگر است و مشارکت در این قضیه یکی از بهترین نوع مشارکت‌ها است.

***گذری بر اقدامات انجام شده توسط**

محمد حسن بیداری فرد

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، محمد حسن بیداری فرد، رئیس هیئت مدیره شرکت رهیان طب صبا در راستای مسئولیت اجتماعی قدم‌های بزرگی همچون اهدای یونیت دندانپزشکی، ۶۰ عدد فشارسنج، یک دستگاه اکسیژن ساز، ویلچر برقی به ارزش ۲۳۵ میلیون تومان

برداشته است و قطعاً وجود این افراد برای جامعه امری حیاتی محسوب می‌شود. خبرنگار رسانه مسئولیت اجتماعی، در راستای مسئولیت اجتماعی و مشارکت در حوزه سلامت به گفتگوی اختصاصی با محمد حسن بیداری فرد، رئیس هیئت مدیره شرکت رهیان طب صبا پرداخت.



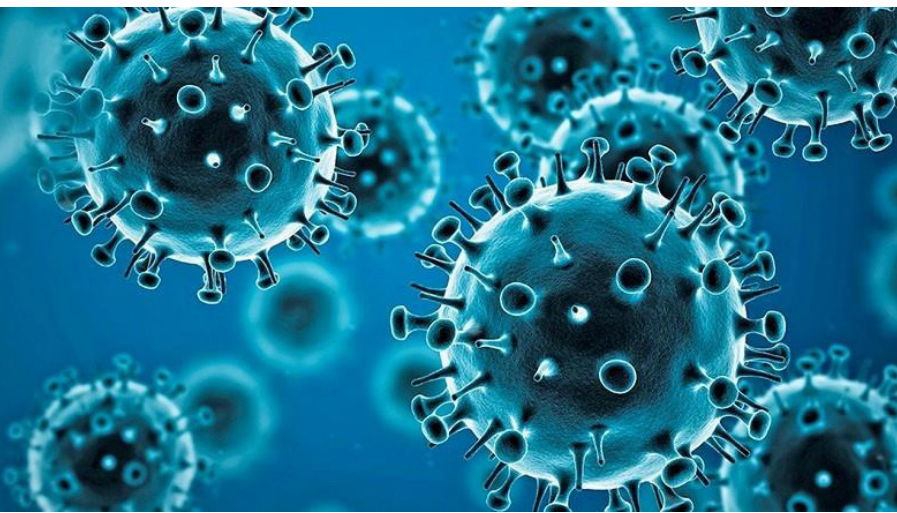
وی در ادامه خاطر نشان کرد:

حقیقت این است که در این شرایط اول باید سلامت و زنده باشیم تا قدم به کارهای خیر برداریم.

*** سلامت جامعه مربوط به یک فرد**

نیست

محمد حسن بیداری فرد در ابتدا با اشاره به حفظ سلامت جامعه، اظهار داشت:



* مشارکت اجتماعی در حوزه سلامت

و تاثیر آن در بنگاه های اقتصادی

رئیس هیئت مدیره شرکت رهیان طب صبا در خصوص مسئولیت اجتماعی در بنگاه های اقتصادی، گفت:

اگر بنگاه های اقتصادی در این قضیه مسئولیتی را انجام دهند، باز هم این خدمت به خود ان ها بر میگردد. شما در نظر بگیرید یک کارخانه تولیدی که الان مثلا ۱۵۰ تا ۲۰۰ نفر در آن کار می کنند اگر این ها بتوانند یک قدمی برای سلامت تک

تک این اعضا بر دارند از نظر دنیوی قطعاً اگر فرد نیروی کار سالمی باشد این نیروی کار بهتر می تواند برای آن مجموعه فعالیت کند و نتیجه بهتری برای آن کار آفرین داشته باشد. کار آفرین اگر نیروی کار آن مریضی یا مشکلی داشته باشد قاعدتاً نمی تواند خیلی جوابگو باشد و مسئولیت های خود را انجام دهد.

* ارائه گزارشات در حوزه مسئولیت اجتماعی

وی پیرامون تاثیر تشویق در کار خیر، بیان کرد: همه ما انسانیم و هر انسانی از تشویق شدن لذت می برد، طبیعی است که اگر فردی کار مفیدی انجام می دهد همه ی ما موظف هستیم که آن را تشویق کنیم و به گوش دیگران برسانیم.

متأسفانه مشکلی که امروزه کار بدی در جامعه صورت میگیرد مثل دزدی، قتل و امثال این ها همه خبردار می شوند اما اتفاق های خوب، اطلاع رسانی نمی شود به عقیده بنده، کسی که کار مثبت و خیری انجام می دهد باید اعلام و تشویق شود. سرمایه داری که برای جامعه، کار خیر انجام می دهد دولت ها نیز در قبال آن موظف هستند حتی اگر جواب مادی به فرد بدهند مثلاً اعلام کنند از مالیات معاف است، این امر باعث دعوت از دیگران برای شرکت در کار خیر می شود.

درست است که همه ما وظیفه داریم کار خیر انجام دهیم اما به نظر من تشویق و نشان دادن این افراد به جامعه کمک بیشتری میکند، هر کسی که میتواند قدمی در این مسیر بر دارد به نفع خود، جامعه و خانواده است و نه تنها راه دوری نمیرود بلکه این راه خیلی نزدیک تر از آن چیزی است که خودشان فکر می کنند. همه افراد وظیفه دارند یک قدم مثبت بردارند و ما وظیفه داریم گوشه ای از بار درمان را از دوش دولت ها برداریم. درست است که همه دولت ها وظایفی دارند اما دولت ها به تنهایی نمی توانند اینکار را انجام دهند. افراد خیر و کسانی که سرمایه های خود را در این مسیر میگذارند منتظر اجر دنیوی و اخروی آن باشند و مهم تر از همه این است که سلامت جامعه بحث فردی نیست بلکه اجتماعی است و هیچکس خودش را نمیتواند مصون بداند.

* کرونا با تمام بدی ها به ما درسی داد!

رئیس هیئت مدیره شرکت رهیان طب صبا در پایان خاطر نشان کرد:

شاید در این مدت کرونا با وجود هزاران بدی یک حسن داشت، آن هم این است که خیلی چیزها را به ما نشان داد: نشان داد ما انسان ها در برابر خیلی از بیماری ها ضعیف هستیم و توان مبارزه با آن ها را نداریم.

پس بهترین کار این است که خودمان دستی بالا بزنیم و برای هم نوع خود قدمی برداریم.



گزارش مشارکت‌های اجتماعی شرکتی در شعب مجمع خیرین سلامت کشور

منیژه بازیار

امروزه شرکت‌های بزرگ و معتبر در فضای بین‌المللی مسئولیت خود در برابر اجتماع محیط آن را جزیی اصلی از استراتژیهای سازمان خود تعریف می‌نمایند. 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.

امروز است. مسئولیت اجتماعی بیانگر وظایف بنگاه اقتصادی در جهت حفظ و نگهداری محیط جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنیم با رویکردی همه‌جانبه به امور اقتصادی، امورات اجتماعی و تامین نیازها و خواسته‌های ذینفعان، پیشرفت کیفیت زندگی شهروندان و ... هستند. شرکت‌های پیشرو تداوم حیات و موفقیت خود را در گرو تعهد به مسئولیت اجتماعی می‌بینند و با نگاهی آینده‌نگر، هزینه‌های مربوطه را به عنوان سرمایه‌گذاری انسانی و اجتماعی در نظر می‌گیرند.

دانلود کامل مقاله



دیگر آن دوره که نیازهای جامعه صرفاً از طریق عرضه و تقاضای بازار تعیین گردد گذشته است و بنگاه‌های اقتصادی با طیف وسیعی از مسئولیت‌های ورای بازار روبرو

توسعه این مفهوم در شرایط کنونی می‌تواند راه‌گشای بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران باشد. در سال‌های گذشته مسئولیت اجتماعی مفهومی انتزاعی استنباط می‌شد و هنوز هم برای مدیران بسیاری از بنگاه‌ها حالتی ایده‌آلیستی و غیر واقع‌بینانه دارد. پروفیسور جان تینبرگرن (برنده نوبل ۶۹ می‌گوید ایده آل‌گرایان امروز، واقع‌گرایان فردا خواهند بود. استانداردهای مسئولیت اجتماعی یک ضرورت حیاتی در عصر جهانی

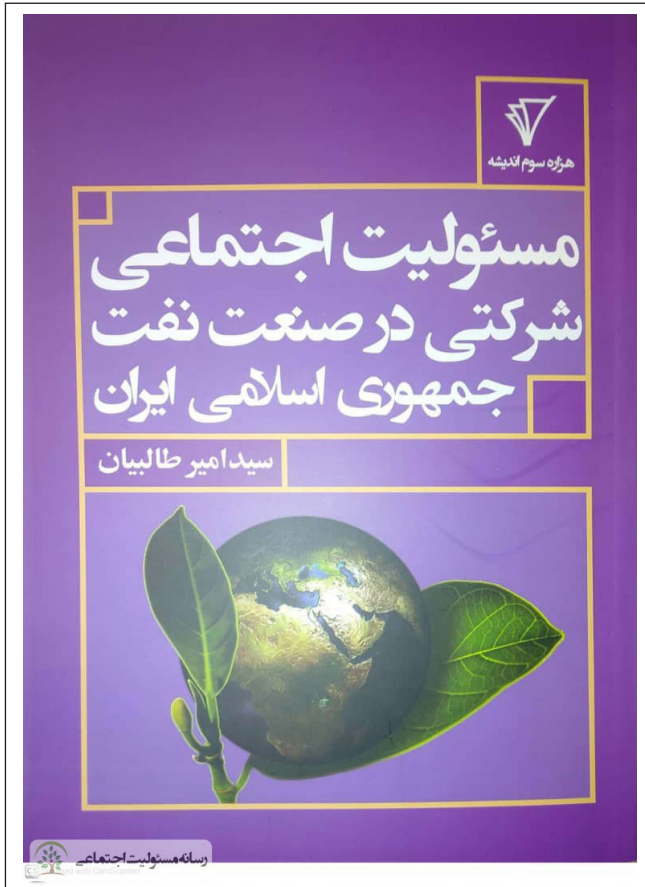
کتاب مسئولیت اجتماعی

شرکتی در صنعت نفت

جمهوری اسلامی ایران

منیژه بازیار

کتابی که اکنون پیش روی خواننده قرار دارد یکی از اولین تلاش های اساسی برای ثبت اقدامات صورت گرفته در سال های گذشته در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی در سطح وزارت نفت و صنعت نفت ایران است.



این کتاب از این منظر که منطق اقدامات انجام شده و تلاش های صورت گرفته را ثبت و ضبط میکند حائز اهمیت است.

چنین تجاربی به واسطه تغییر دولت ها معمولاً به فراموشی سپرده می شوند و تمایلی وجود دارد که کارها از صفر شروع شوند و از همین رو ثبت تجربه انباشت شده بسیار حائز اهمیت است.

کتاب حاضر این کار را انجام میدهد و ضمن ثبت تجربه و تلاش هایی که در این مسیر صورت گرفته، دست آوردهایی را در نظام بوروکراتیک برای سامان دادن به فعالیت هایی نظیر مسئولیت اجتماعی شرکت

ضرورت دارند به صورت یکجا گرد آورده است.

کتابی که اکنون پیش روی خواننده قرار دارد یکی از اولین تلاش های اساسی برای ثبت

اقدامات صورت گرفته در سال های گذشته در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی در سطح وزارت نفت و صنعت نفت ایران است. در سالیان گذشته افراد و گروه های بسیاری تلاش کرده اند تا ضرورت توجه به ابعاد اجتماعی توسعه صنعت نفت، مسئولیت اجتماعی شرکتی و وارد کردن معیارهای مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی در این صنعت مورد توجه قرار گیرد.



پیشگیری و پژوهش را مقدم بر مسائل ساخت و ساز و سخت افزاری بدانیم



مجمع خیرین سلامت کشور

معاون مشارکت های مردمی و رسانه مجمع خیرین سلامت کشور معتقد است، باید پیشگیری و پژوهش را مقدم بر مسائل ساخت و ساز و سخت افزاری بدانیم
سید رضا جمشیدی

* تشکیل کمیته اتاق فکر و پژوهش

در حوزه مسئولیت اجتماعی

اقای طباطبایی در ادامه بر لزوم تشکیل کمیته اتاق فکر و پژوهش در حوزه مسئولیت اجتماعی تاکید کرد و افزود: باید مسئولیت اجتماعی را در قالب سنت ها، مباحث دینی و معرفتی خود تعریف و از کپی برداری از واژه های بیگانه و شعار های اروپایی جلوگیری کنیم.

ایران با ظرفیت هایی که مجمع خیرین سلامت دارد میتواند باعث افزایش سطح مشارکت و محبوبیت اجتماعی شود و نیز سرمایه های اجتماعی را افزایش دهد.

ما باید بر اساس اهداف کلی نظام و فرمایشات مقام معظم رهبری مسیری را طی کنیم که رضایت مردم و رهبری را جلب کنیم.

وی در ادامه گفت:

باید در حوزه های فرهنگی و اطلاع رسانی بیشتر تلاش کنیم و موضوع خیریه و خیرین را به طور آکادمیک و علمی در نقاط

* محور مجمع خیرین سلامت

به گزارش رسانه مسئولیت

اجتماعی، در جلسه ای که ششم شهریور ماه با حضور آقای طباطبایی معاون مشارکت های مردمی و رسانه مجمع خیرین سلامت کشور برگزار شد، وی به

موضوعاتی اشاره کرد و مشارکت اجتماعی در حوزه سلامت را مورد توجه و تاکید قرار

داد.

طباطبایی با بیان اینکه برنامه ها و اهداف مجمع در راستای پیام ها و دیدگاه های مقام معظم رهبری است، گفت:

علت حضور ما این است که دغدغه هایی که رهبری در حوزه مشارکت های اجتماعی و سلامت کشور برایشان مطرح است، روی آن کار شود، بنابراین مجموعه کارهای علمی و عملی در این راستا صورت گرفته است.





مشکلات مردم و جامعه را برطرف کند.

وی در ادامه افزود:

**اگر بتوانیم خیرین را تکریم کنیم
حتما کمک های خوبی صورت
میگیرد.**

ایشان به موضوع فعالیت رسانه تاکید کرد
و گفت:

باید از ظرفیت رسانه ها در داخل و خارج
از مجمع استفاده کنیم تا فرهنگ مسیولیت
اجتماعی سلامت را نهادینه گردد.

معاون مشارکت های مردمی و رسانه های
مجمع تاکید کرد:

امروز نیازمند توسعه فرهنگ مشارکت و
گسترش سرمایه اجتماعی هستیم که این کار
بدست اهالی فرهنگ و رسانه میسر خواهد

مختلف کشور و لایه های اجتماعی مطرح کنیم.
توفیقاتی که مجمع خیرین سلامت در این سال ها داشته
بعلت این است که ما توانستیم جامعه را بشناسیم و بالغ
بر ۸ هزار میلیارد تومان جلب مشارکت های مردمی
صورت گرفته است.

از زمانیکه دکتر شهریاری دبیر کل مجمع
خیرین سلامت سکان این فعالیت ها را به
دست گرفتند، شتاب در این موضوع بیش
از دو سال اخیر بوده است به صورتیکه در
سال ۹۹ بالغ بر ۱۴۰۰ میلیارد تومان مشارکت
مردمی داشته ایم.

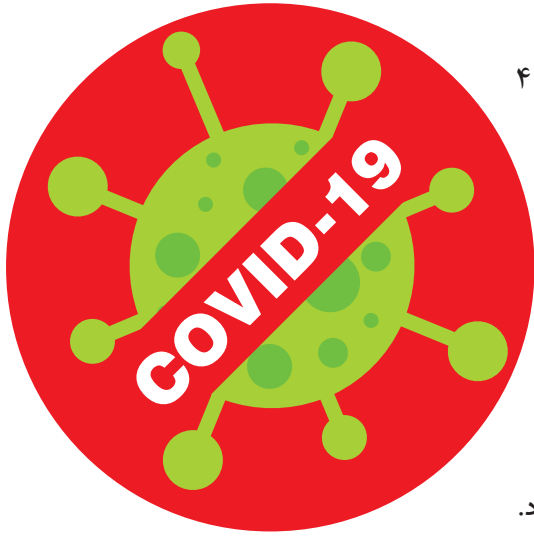
*** رفع چالش های حوزه های اجتماعی**

موضوع بعدی که در این جلسه مورد بحث
و بررسی قرار گرفت، سبک زندگی بود که در
صورتی که بتوانیم به سبک زندگی اسلامی و ایرانی
فرهنگ سازی کنیم خیلی از چالش های حوزه های اجتماعی
برطرف می شود و مجمع خیرین نیز با ظرفیت هایی که ایجاد
کرده تلاش میکند که به ساختار سلامت کشور کمک کند و
موضوع پیشگیری و مراقبت های سلامتی را در برنامه ها و اهداف
کلان خود دارد.

*** نقش مجمع خیرین سلامت در بر طرف کردن مشکلات جامعه**

طباطبایی در خصوص نقش مجمع خیرین سلامت در بر طرف
کردن مشکلات جامعه، اظهار داشت:

در بحث تعریف های ساختاری و ایدئولوژی که موضوع بحث
مسئولیت اجتماعی است، باید اهداف کلان در حوزه مسئولیت
اجتماعی شناسایی شود و موضوعاتی که از طریق شرکت ها و
مشارکت آن ها قابل حل و بر طرف شدن است شناسایی شود.
مهمترین موضوع بحث و نتیجه گیری از اقدامات این است
که با اقدام و عمل خود، تلاش کنیم به یک نتیجه ملموس
و قابل اندازه گیری برای جامعه برسیم به شکلی که جامعه
این احساس را داشته باشد که مجموعه ساختار مجمع خیرین
سلامت توانست در حوزه سلامت نقش ایفا کند و بخشی از



شد.

طباطبایی در پایان خاطر نشان کرد: مجموعه خیرین با وجود دفاتر استانی و شهرستانی به طور منظم در کل کشور در راستای فرمایشات مقام معظم رهبری اهداف و کلیات نظام و توصیه‌ها و دستورات دبیرکل محترم جناب آقای دکتر شهرداری در حوزه مشارکت‌های اجتماعی با شرکت‌ها و ظرفیت‌های منطقه‌ای، استانی و شهرستانی مشارکت می‌کند تا در حوزه سلامت نقش آفرین باشد.

* کرونا و مشارکت

معاون مشارکت‌های مردمی و رسانه مجمع خیرین سلامت کشور در خصوص کرونا، گفت: در ابتدا با هماهنگی دانشگاه علوم پزشکی و دانشکده‌ها اقدامات

خوبی صورت گرفت و حدود ۴۰۰ میلیارد تومان در سال ۹۹ جلب مشارکت‌های مردمی داشتیم و بعلاوه بیشترین جلب مشارکت‌های مردمی توسط مجمع خیرین سلامت کشور در موضوع کرونا، وزارت کشور، مدیران عامل را به عنوان عضو ستاد کرونا استان‌ها انتخاب کرد. وی در خصوص تشکیل شورای مشارکت‌های زنان که در تمام مجامع به ویژه در مکان‌هایی که مجمع خیرین سلامت، گفت: خانم‌ها توانستند با پویش‌های متعدد اقدامات خوبی را در مورد پیشگیری کرونا انجام دهند. معاون مشارکت‌های مردمی و رسانه مجمع خیرین سلامت کشور

در پایان خاطر نشان کرد: در حال حاضر علاوه بر بحث‌های سخت‌افزاری به موضوع نرم‌افزاری می‌پردازیم از جمله پیشگیری و پژوهش به نام خیرین.

**باید پیشگیری و پژوهش را
مقدم بر مسائل ساخت و ساز و
سخت‌افزاری بدانیم.**



ارائه گزارش درباره مسئولیت اجتماعی برای بنگاه‌های اقتصادی جدی نیست

اقتصادی جدی نیست

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی در گفتگو با گفت: ارائه گزارش درباره مسئولیت اجتماعی برای بنگاه‌های اقتصادی جدی نیست. شریفه جمشیدی



صنعتی چون اتاق بازرگانی، کنفدراسیون صنعت، برخی از شرکت‌های خصوصی و نیز سازمان‌های غیردولتی، نقطه آغازی در زمینه مطرح کردن مفهوم و ادبیات این موضوع در ایران بود. از طرف دیگر شدت یافتن فضای رقابتی برای برخی صاحبان صنایع باعث شد که بسیاری از شرکت‌های برتر ایرانی به این مفهوم در فرآیندهای مدیریتی خود توجه کنند.

* گواهینامه‌های تعالی سازمانی

با مطرح شدن و به اعتقاد برخی کارشناسان مد شدن گواهی‌نامه‌های کیفیت زیست‌محیطی و نیز گواهینامه‌های تعالی سازمانی، این مفهوم در فرآیندهای مدیریتی شرکت‌ها جای گرفت. دریافت این گواهینامه‌ها علاوه بر اینکه شرکت‌ها را به سمت بهره‌وری بیشتر سوق می‌داد، برای شرکت‌ها مزیت رقابتی نیز ایجاد کرده است. با این وجود مشارکت در پروژه‌هایی با محوریت مسئولیت

* مهم‌ترین رویکرد برای تقویت مفهوم مسئولیت اجتماعی در محیط کسب و کار

ارائه گزارش در زمینه مسئولیت اجتماعی یکی از رویکردهای مهم برای تقویت مفهوم مسئولیت اجتماعی در محیط کسب و کار است. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران در سال‌های اخیر توسط صاحبان صنایع و بخش خصوصی، سازمان‌های غیردولتی و روشنفکران و دانشگاهیان مطرح گردیده است. برگزاری اولین اجلاس مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط برخی تشکل‌های



اجتماعی برای انجام داده‌اند را منتشر کرده‌اند. با این وجود این گزارش‌ها بخشی از گزارشی که در پایان سال به سهام‌داران داده می‌شود قرار ندارد و گزارش‌های مجزایی را در برمی‌گیرد. شرکت‌های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت‌در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی شرکتی خود می‌دانند. این مفهوم، موضوعی است که هم‌اکنون در کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای با اقتصاد باز به شدت از سوی حکومت‌ها، شرکت‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنیا دنبال می‌گردد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اتفاقی است که بر اساس آن شرکت‌ها به‌طور داوطلبانه تصمیم به مشارکت در ساختن یک جامعه بهتر و محیط

اجتماعی برای برخی شرکت‌ها بیشتر از آنکه یک استراتژی بلندمدت باشد، یک امر ناقص و موقتی است. آن‌ها هیچ‌وقت به شیوه‌ای منسجم و ارادی اقداماتی را به عهده نمی‌گیرند و در این امور پیش‌دستی نمی‌کنند.



علاوه بر این‌ها، تعهد اجتماعی این شرکت‌ها بسیار کم، تدریجی و غالباً ناشی از انگیزه‌هایی موقتی است.

عمده شرکت‌های برتر ایرانی در این دسته جای می‌گیرند. «رسانه مسئولیت اجتماعی» برای بررسی این موضوع با مهندس مهدی پور قاضی عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی و مؤسس خانه صنعت و معدن گفت‌وگو کرده که در ادامه می‌خوانید.

* گزارش شرکت‌ها و بنگاه‌های

اقتصادی در زمینه مسئولیت

اجتماعی چه نقشی در زمینه

تقویت مفهوم مسئولیت اجتماعی

دارد؟

در کشورهای توسعه‌یافته اغلب کشورهای بزرگ به صورت سالانه یا دوره‌ای از رویکردی که در قبال مسئولیت اجتماعی در پیش گرفته‌اند به افکار عمومی گزارش ارائه می‌دهند. در این گزارش‌ها شرکت‌ها اقداماتی که در زمینه مسئولیت اجتماعی انجام داده‌اند را بیان می‌کنند و همچنین عنوان می‌کنند که قرار است در آینده چه اقداماتی در این زمینه انجام بدهند. اگر به وبسایت‌های شرکت‌های بزرگ جهان مراجعه کنید اقداماتی که در زمینه مسئولیت



پاکیزه‌تر می‌گیرند. مفهومی که با توجه به آن شرکت‌ها، نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را در فعالیت‌های عملیاتی کسب‌وکار در تعامل با گروه‌های ذینفع خود در نظر می‌گیرد.

* وضعیت ارائه گزارش درباره

مسئولیت اجتماعی در ایران به چه صورت

است؟ آیا روند رضایت بخشی در این زمینه

وجود دارد؟

در ایران نیز برخی از شرکت‌های درباره اقداماتی که

* برای اینکه ارائه گزارش در زمینه مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در ایران جدی‌تر شود چه راهکارهایی ارائه می‌کنید؟

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یعنی چگونه از طریق کسب و کار مسئولانه ایجاد ثروت کنیم. بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رفتارهای تجاری شرکت حوزه کارکنان، مشتریان، پیمانکاران، محیط زیست و جامعه را در برمی‌گیرد. بنابراین یک رابطه «برد-برد» و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای بنگاه، زیربنای مفهومی

موضوع مسئولیت شرکتی است. در سال‌های گذشته ابزارهایی مثل استانداردها، دستورالعمل‌ها، معاهده‌ها، برچسب‌ها و نرم‌افزارهایی آفریده شده که بتواند چارچوبی را به وجود بیاورد که شرکت‌ها در آن مسئولانه‌تر رفتار کنند،

بنابراین موفقیت کسب و کار با پیشرفت جامعه متصل است و رابطه مستقیمی میان این دو است. شرکت‌ها موفقیت و تداوم حیات خود را در گرو مسئولیت در برابر محیط اجتماعی می‌بینند، در این صورت با رویکردی آینده‌نگر مسئولیت اجتماعی نه تنها سیاستی هزینه‌بر تلقی نخواهد شد، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری انسانی و اجتماعی تلقی می‌شود. در اینجا است که کارآیی اقتصادی، تنها مسئولیت شرکت تلقی نمی‌شود. همان‌گونه که شرکت‌ها با عملکرد و تولید جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند، جامعه نیز شرکت‌ها را ملزم به احساس مسئولیت در برابر عملکرد خود می‌کند که علاوه بر تولید و خدمات مطلوب، ملاحظات اجتماعی نیز رعایت شود. جامعه انتظار دارد که شرکت‌ها در نحوه برنامه‌ریزی‌ها و اجرای عملکردها بتوانند یک رابطه دوطرفه برقرار سازند و آن را مدیریت کنند.



در زمینه مسئولیت اجتماعی انجام داده‌اند به افکار عمومی گزارش ارائه می‌کنند. با این وجود زیاد در بین شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی رایج نیست و به همین دلیل هنوز برای شرکت‌ها جدی نشده است. با گذشت بیش از ۶۰ سال از ورود مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ادبیات مدیریت شرکت‌ها و کسب و کارها، هنوز این مفهوم در فضای کسب و کار ایران جایگاه شایسته‌ای پیدا نکرده است. طرح و توسعه این مفهوم در شرایط بحران فعلی اقتصاد ایران می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه خصوصاً حوزه اشتغال

و بهره‌وری نیروی کار گردد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تعهد و تکلیف مدیریت به انجام کارهایی که حافظ و ارتقاء دهنده رفاه جامعه و علایق سازمان باشد را در برمی‌گیرد. از آنجایی که سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی

دارند، فعالیت آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که در آن زیانی به جامعه و ذی‌نفعان نرساند، بنابراین مسئولیت اجتماعی با مفاهیمی همچون تعهد اجتماعی و پاسخگویی اجتماعی در ارتباط است. شرکت باید در اتخاذ تصمیمات و انجام فعالیت‌ها و اجرای عملیات خود، منافع همه ذی‌نفعان را در نظر بگیرد. ذی‌نفعان شرکت همه کسانی هستند که نتایج و پیامدهای تصمیمات و اعمال شرکت‌ها بر آن‌ها اثر می‌گذارد. این ذی‌نفعان در موفقیت یک شرکت به صورت مستقیم و غیرمستقیم نقش دارند.

مهم‌ترین ذی‌نفعان شرکت، مصرف‌کنندگان، کارکنان، مالکان یا سهامداران و جامعه هستند. در ایران به‌طور سنتی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در قالب مفاهیمی چون وقف، وام‌های قرض‌الحسنه و... نمود یافته است

نقش کشاورزی در توسعه اقتصادی

بررسی روند توسعه اقتصادی در نقاط مختلف جهان در طول زمان حاکی از آن است که کشورهای توسعه یافته، با تکیه بر مزیت‌های نسبی توانسته‌اند از ظرفیت‌های داخلی اقتصادی و نیز فرصت‌های موجود در عرصه بین‌المللی به بهترین شکل استفاده کرده و مسیر رشد، توسعه، افزایش درآمد سرانه و بهبود سایر شاخص‌های توسعه‌یافتگی را به طور همزمان دنبال کنند. عیسی خانی



بررسی روند تاریخی توسعه اقتصادی کشورها نشان می‌دهد که عمده کشورهای توسعه یافته دنیای امروز، کشاورزی را به عنوان بخش زیربنایی توسعه اقتصادی خود انتخاب کرده و با استفاده از ظرفیت‌های فراوان این بخش توانسته‌اند علاوه بر تأمین نهاده‌های مناسب برای رشد سایر بخش‌ها، به توسعه سایر بخش‌ها نیز دست یابند؛ بخش کشاورزی در روند رشد و توسعه اقتصادی کشورهای مختلف نقش‌های متعددی بر عهده دارد که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان تأمین مواد خام و اولیه مورد نیاز صنایع بالادستی، تأمین نهاده‌هایی مانند نیروی کار، مصرف تولیدات سایر بخش‌های صنعتی از قبیل کودها و سموم شیمیایی و ماشین‌آلات کشاورزی، ارزآوری برای کشور و تأمین مالی سایر بخش‌های زیربنایی را یاد کرد.

مواد غذایی سالم و ارگانیک حاکی از توجه زیاد سیاستگذاران و مصرف‌کنندگان در این کشورها به بحث تولیدات سالم در بخش کشاورزی است. از این رو توجه به تولید سالم و اقتصادی در بخش کشاورزی و توسعه زیرساخت‌های این بخش جهت تولید بیشتر و سالم‌تر، بر اساس مزیت‌های نسبی یک کشور موضوعی است که نمی‌توان به سادگی از کنار آن گذشت و باید با یک برنامه‌ریزی اصولی و هماهنگ به سمت آن حرکت کرد.

اهمیت بخش کشاورزی در اقتصاد کشور تا آنجاست که هفت قلم از ۱۰ قلم عمده محصولات وارداتی به کشور با ارزشی در حدود ۱۵ میلیارد دلار را در سال‌های اخیر محصولات کشاورزی نظیر گندم، ذرت، برنج، کنجاله سویا و نظایر آن تشکیل داده است و اگر بخشی اندک از همین مبالغ در طول زمان صرف بهسازی و اصلاح روش‌های تولید، بهبود راندمان و کارایی مصرف آب،

علاوه بر نقش‌های ذکر شده، سلامت و امنیت غذایی یک کشور مستقیماً به تولیدات بخش کشاورزی وابسته است و هر گونه اختلالی در روند تولید این بخش می‌تواند به طور مستقیم امنیت غذایی و حتی سیاسی آن کشور را تهدید کند؛ حساسیت‌های اخیر کشورهای توسعه یافته در مورد مصرف محصولات کشاورزی و

اقتصاد مقاومتی در بخش کشاورزی به تنها مواردی که توجه نشده، مسائل بازار و بازاریابی در بخش کشاورزی است در حالی که اگر این مسائل حل شود، مشکلات مربوط به تولید و سایر مسائل نیز به طور موازی حل خواهد شد؛ توسعه صادرات محصولات کشاورزی نیز مستلزم توجه بیشتر به مسائل بازار و بازاریابی بین‌المللی محصولات کشاورزی است که کمبود متخصصان این رشته در دستگاه‌های اجرایی موجب شده است برنامه‌ریزی‌های چندانی در این خصوص برای توسعه صادرات و استفاده از مزیت‌های نسبی کشور صورت نگیرد. واقعیت امر آن است که عدم هماهنگی بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان، نبود نهادهای نظارتی و کنترلی قوی در حوزه صادرات محصولات کشاورزی، نبود استانداردهای لازم سلامتی و محیط زیستی در محصولات تولید شده، عدم توجه به مسائل بازاریابی بین‌المللی برای صادرات محصولات، نبود کارشناسان قوی در حوزه بازاریابی بین‌الملل محصولات کشاورزی، نبود یا کمبود تحقیقات کاربردی در حوزه صادرات و بازاریابی محصولات کشاورزی از مهمترین مشکلاتی هستند که توسعه صادرات بخش کشاورزی ایران را با محدودیت‌های جدی مواجه کرده و توسعه این بخش را به تأخیر انداخته است. صادرات محصولات کشاورزی سابقاً بیشتر بر مبنای آزمون و خطا انجام گرفته اما در دنیای امروز روش‌های علمی و کاربردی شناخته شده‌ای برای توسعه صادرات و توسعه بخش وجود دارد که می‌توان از آن‌ها برای تبدیل مزیت‌های کشور به فرصت‌های رشد و توسعه بهتر استفاده کرد.

اصلاح بذرها و در کل تحقیقات در بخش کشاورزی و صنایع وابسته می‌شود، می‌توانست کشاورزی کشور را دگرگون کند و علاوه بر ایجاد اشتغالی پایدار و مولد، از ظرفیت‌های خدادادی کشور به نحو بهتری استفاده شود؛ برای مقایسه بد نیست به این موضوع اشاره شود که در کشوری مانند آمریکا حدود ۲۵ درصد از ارزش صادرات مربوط به محصولات بخش کشاورزی است و در عین حال بودجه تحقیقات بخش کشاورزی در این کشور رقمی بالغ بر ۳۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود.

از این رو بخش کشاورزی می‌تواند در فرآیند توسعه اقتصادی ایران نیز نقش بی‌نظیری داشته باشد؛ موقعیت ممتاز جغرافیایی و تنوع آب و هوایی ایران برای کاشت محصولات مختلف بخش کشاورزی، وجود نیروی کار مناسب در روستاها و مراکز تولید، وجود نیروی تحصیل کرده کافی در رشته‌های مرتبط با کشاورزی، وجود مزیت‌های نسبی خدادادی در زمینه محصولات با ارزشی از قبیل زعفران، پسته، گیاهان



دارویی، محصولات صنایع غذایی و صنایع دستی مرتبط با بخش کشاورزی و نظایر آن از جمله مزیت‌های موجود بخش کشاورزی ایران است و مشکلاتی نظیر کمبود آب، مصرف بیش از حد نهاده‌های شیمیایی و تولیدات غیرارگانیک از جمله مشکلات و محدودیت‌های این بخش به شمار می‌آیند.

به گفته کارشناسان و فعالان بخش کشاورزی، مشکلات پس از تولید از جمله مسائل مربوط به بازار و بازاریابی از مهم‌ترین عوامل موجود بر سر راه رشد و توسعه بخش کشاورزی در ایران است که در برنامه‌های توسعه و برنامه‌ریزی‌های ملی و منطقه‌ای خیلی به آن توجه نشده است؛ به عنوان مثال در اسناد و گزارشات مرتبط با بحث

گزارش جلسات نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت

فاطمه ملکی

طی جلسات برگزار شده با هدف ترویج مسئولیت پذیری اجتماعی در حوزه سلامت و فرهنگ سازی حوزه مسئولیت اجتماعی بنگاه ها، سازمان ها و شهروندان، برگزاری جشنواره ای تحت عنوان نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت برنامه ریزی شد.



* تشکیل شورای سیاست گذاری

ابتدا در جلسه ای تخصصی برای برگزاری نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت، تعیین افراد سیاست گذار در شورا، دعوت از متخصصین به عنوان مهمان در هر جلسه شورا و طراحی پوستری برای این جشنواره برنامه ریزی شد. این جلسه به صورت داخلی

برگزار و در آن در خصوص برگزاری جلسات کلی به صورت هفتگی در محل اداره کل سازمان های مردم نهاد و خیرین سلامت تصمیم گیری شد.

* در جلسات کلی چه گذشت؟

در این جلسات پیرامون شیوه نامه نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت، طراحی و دسته بندی های سایت، انتخاب

دبیران کمیته های جشنواره و دعوت از متخصصین به عنوان مهمان بحث و بررسی شد.

* دسترسی مخاطبان به اطلاعات

کلیه اطلاعات مربوط به جشنواره در پورتال اداره کل امور خیرین و موسسات خیریه سلامت وزارت بهداشت بارگزاری و بروزرسانی می شود و با ایجاد پنجره و دسته بندی های مربوط به



جشنواره به منظور سطح دسترسی آسان مخاطبان، بزرگداشت و معرفی می‌گردد. پوستر با امکان ایجاد لینک در وب سایت جامی و معرفی می‌گردد.

*** پوستر جشنواره**

*** اطلاع رسانی به مخاطبان از طریق کمیته روابط عمومی و رسانه**

به منظور اطلاع رسانی سریع و آگاهانه، دبیر کمیته هماهنگی های لازم را با رسانه ها انجام داده و در مورد تبلیغات و اطلاع رسانی جشنواره، نظرات کارشناسی خود را مطرح نمود.

*** دبیران کمیته**

در جلسه ای که به ریاست دکتر امیر صادقی، مدیر کل امور خیرین و موسسات خیریه سلامت برگزار شد، طی احکام جداگانه، دبیران کمیته های جشنواره معرفی شدند.

- دکتر امیر صادقی = دبیر جشنواره
- سرکار خانم دکتر بیتا مهرروی = دبیر اجرایی جشنواره
- دکتر داود پیرانی = مسئول برنامه CSR وزارت بهداشت و دبیر علمی جشنواره
- سید سعید کاتبی = دبیر هیئت داوران
- دکتر مهدی جعفری = دبیر شورای سیاست گذاری جشنواره
- سید رضا جمشیدی = دبیر کمیته روابط عمومی و رسانه
- دکتر حسین نظری رستمی = دبیر کمیته دانشگاه ها
- سرکار خانم سیده مریم حسینی = عضو شورتی سیاست گذاری جشنواره
- سرکار خانم دکتر بیتا مسگرپور = عضو شورای سیاست گذاری

*** محورهای جشنواره**

۱- کارداوطلبی



در آخرین جلسه تصمیم گیری پیرامون نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت، اعضای کارگروه و کمیته ها، موضوع پوستر جشنواره، عناوین، ارکان بصری، طرح های گرافیکی و کلیات پوستر جشنواره را تحلیل و مورد تایید قرار دادند و در نهایت پیشنهاد شد در هفته های آتی در نشست خبری از پوستر نهایی جشنواره

- ۲- مشارکت اجتماعی و کرونا
- ۳- مشارکت اجتماعی افراد شاخص (برند)
- ۴- موانع موجود در جلب مشارکت های عمومی
- ۵- سبک زندگی سالم و مسئولیت پذیری اجتماعی
- ۶- مشارکت اجتماعی از منظر دین، معنویت و اخلاق

و فقط اطلاعات اولیه از داوطلبان گرفته شود.

- نتایج داوری در شیوه نامه بصورت فیزیکی درج شود.
- از مفاخر و خیرین و سمن های مورد نظر تقدیر و تشکر بعمل آید و همچنین برایشان جوایز ویژه ای در نظر گرفته شود.

- هزینه جوایز از طریق اسپانسرها تامین شود و همچنین سعی شود هزینه جوایز مفاخر را از طریق وزارت خانه پرداخت شود.
- بخش پرسش و پاسخ در سامانه قرار داده شود و نشست خبری نیز برگزار گردد.



- اولویتهای حوزه سلامت با رویکرد مشارکت اجتماعی از طرف اداره کل خیرین اعلام تا محتوای تخصصی آن مشخص و تبدیل به محتوای رسانه ای شود تا ابزارهای رسانه ای و افرادی که در این حوزه میتوانند مشارکت کنند تعیین شود.

۷- مسئولیت پذیری اجتماعی بنگاه های اقتصادی

- ✱ پیشنهادات مطرح شده در شورای سیاست گذاری
- ثبت آثار از اول مهر ماه تا پایان آذر ماه تصویب شد.
- برای ثبت نام، داوطلبان با یوزر و پسورد وارد سایت شوند



رونمایی از آپشن جدید شاهین توسط گروه خودروسازی سایپا

منیژه بازیار

شاهین و آریا به عنوان دو عضو جدید خانواده SP100 قرار است تا در کنار عرضه با تیپ G، با نسخه‌های L و E هم به بازار معرفی شوند.



یکی از پروژه‌های در دست توسعه مرکز تحقیقات سایپا، تجهیز محصولات این شرکت به جلو آمپر دیجیتال است. حال در گام نخست سایپا شاهین به صورت آزمایشی به این ویژگی مجهز شده و فرایند تست‌ها را پشت سر می‌گذارد.

جلو آمپرهای TFT یکی از پرکاربردترین نوع کلاستر در خودروهای جدید دنیا هستند و با وجود ظاهری نه چندان پیچیده، استانداردهای سخت‌گیرانه‌ای برای تایید این قطعات در نظر گرفته شده است. بر خلاف اینکه بسیاری فکر می‌کنند جلو آمپرهای دیجیتال استانداردهایی مشابه به نمایشگرهای لمسی خودرو دارند، اما باید بدانیم که به مراتب تست‌های پیچیده‌ای برای تایید این قطعات برگزار می‌شود و عملاً فرایند مهندسی متفاوتی نسبت به نمایشگرهای خودرو دارند.

در حال حاضر شاهین اولیه خودروی داخلی است که به سمت کلاسترهای TFT و دیجیتال حرکت کرده است و می‌خواهد تا این ویژگی‌های جدید را در اختیار داشته باشد.

پیش از این جلو آمپرهای دیجیتال در خودروهای

داخلی به مرحله

تولید اولیه نرسیده بودند و تنها در حد یک طرح به خودروسازان و مدیران ارائه می‌شدند. شنیده‌ها حاکی از آن است که سایپا می‌خواهد تا شاهین، آریا و پروژه P90 را با ویژگی کلاستر TFT در آینده نزدیک به روی خط تولید بیاورد.

*** جلو آمپر جدید شاهین و قابلیت‌های آن**

فعالاً مهندسان سایپا نمونه‌های اولیه این جلو آمپر



را بر روی شاهین‌های تولید آزمایشی نصب کرده‌اند و تست‌های مربوطه را بر روی این خودروها انجام می‌دهند. با کمی بررسی اولیه می‌توان متوجه شد که سایپا طرح گرافیکی مشابه به محصولات جدید ب ام و را برای کلاستر TFT شاهین در نظر گرفته و می‌خواهد تا تیپ جدید شاهین و آریا را با این آپشن جدید عرضه کند.

جلو آمپر TFT و دیجیتال شاهین در کنار جذابیت‌های ظاهری می‌تواند تا برخی قابلیت‌ها را برای رانندگان فعال کند.

برخی از این ویژگی‌های جدید به شرح زیر است:

- قابلیت شخصی سازی جلو آمپر و انتخاب پس زمینه مورد نظر
- نمایش اطلاعات کامل تر خودرو در جلو آمپر
- نمایش رهیاب ماهواره‌ای بر روی جلو آمپر
- قابلیت نمایش اطلاعات اولیه مالی مدیا خودرو از جمله تماس‌های ورودی و خروجی، اطلاعات سیستم پخش و ...
- نمایش سه بعدی اطلاعات
- نمایش خطاها و اخطارها به صورت کامل تر
- قابلیت فعال سازی سامانه‌هایی مانند رادار خطی، رادار نقطه کور و رادار تابو خوان با توجه به تعریف پیش فرض‌ها

جلو آمپر دیجیتال TFT، کروز کنترل، صندلی‌های برقی جلو، ترمیم چرم جدید داشبورد و رودری‌ها، سامانه کنترل پایداری، سامانه کنترل شروع حرکت در سربالایی، سامانه کنترل حرکت در سراسیمی (تن‌ها در آریا)، سنسور باران، تنظیم حالت رانندگی (تن‌ها در نسخه‌های اتوماتیک)، کیسه هوای جانبی جلو و پرده‌ای، نور پردازی کابین و ... برای شاهین و آریا ارائه شوند.

* ویژگی‌های تیپ‌های جدید شاهین و آریا

شاهین و آریا به عنوان دو عضو جدید خانواده SP100 قرار است تا در کنار عرضه با تیپ G، با نسخه‌های L و E هم به بازار معرفی شوند. در برخی موارد این احتمال هم مطرح است که نسخه P این دو محصول کلاس C هم در سال‌های آتی به خط تولید سایپا راه پیدا کند.

در کنار این قابلیت فنی قرار است تا در تیپ‌های L و E خانواده SP100 امکانات و ویژگی‌هایی جدیدی مانند

توسعه مشاغل خانگی مهم ترین اقدام اتاق بازرگانی کرمان در زمینه مسئولیت اجتماعی بوده است

شریفه جمشیدی

سازمان‌ها برای اینکه در کسب و کار خود موفق باشند باید مسئولیت خود را در قبال جامعه و تمام کسانی که تحت تأثیر فعالیت‌های سازمان قرار می‌گیرند رعایت کنند. سازمان‌های پیشگام به عنوان سازمان‌هایی پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان، روشی بسیار اخلاقی در پیش می‌گیرند.

اتاق در راستای مسئولیت اجتماعی می‌پردازد که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می‌خوانید.



*** مهم ترین دغدغه‌ها و اولویت‌های اتاق بازرگانی کرمان در زمینه تحقق مسئولیت اجتماعی چیست؟**

اولین اقدامی که ما در اتاق بازرگانی کرمان در زمینه مسئولیت اجتماعی انجام دادیم تشکیل کمیسیون مسئولیت اجتماعی بود تا بتوانیم به صورت برنامه ریزی شده در این زمینه فعالیت کنیم. همه اعضای اتاق

این سازمان‌ها حساسیت و توجهی ویژه به پاسخگویی اجتماعی و حفظ ثبات زیست‌بوم سازمان در حال و آینده دارند و این دیدگاه را ترویج می‌کنند. مسئولیت اجتماعی در ارزش‌های سازمان‌ها بیان شده است. آنها از طریق مراوده با ذینفعان، انتظارات و مقررات محلی و جهانی را درک و رعایت کرده و از آن فراتر می‌روند. مسئولیت اجتماعی سازمان به عنوان مسئولیت شرکت در قبال جامعه، افراد انسانی و محیطی است که سازمان در آن فعال است و این مسئولیت از ملاحظات اقتصادی فراتر می‌رود. در واقع مسئولیت اجتماعی سازمان،

فعالیت‌هایی است که پیش برنده منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون لازم می‌دارد. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی عملکرد اتاق بازرگانی کرمان «رسانه مسئولیت اجتماعی» با مهندس سید مهدی طیب زاده رییس اتاق بازرگانی کرمان گفت و گو کرده است. رییس اتاق بازرگانی کرمان در این گفت و گو به مهم ترین اقدامات این



این خدمات همچنان نیز ادامه دارد و در جلسات اخیری که در اتاق بازرگانی کرمان برگزار شده موضوع ادامه خدمات رسانی در مقابله با کرونا همچنان در دستور کار اتاق قرار دارد.

* در زمینه نیازهای مردم چه اقداماتی از سوی اتاق بازرگانی کرمان صورت گرفته است؟

یکی از اقدامات مهم ما در این زمینه حمایت از مردم نیازمندی بوده که تحت پوشش بهزیستی، کمیته امداد و نهادهای مشابه بوده اند. در موضوع آموزش به عنوان یکی از زیربنایی ترین امور توسعه پایدار استان کرمان در زمینه سرانه آموزشی به ازای هم دانش آموزان متوسط کشور پایین تر بود. این وضعیت به خصوص در مناطق محروم و حاشیه شهر کرمان بیشتر وجود داشت. به همین دلیل ما در استان کرمان با راه اندازی یک پویش به نام «کرمان دانا» با استفاده از شعر فردوسی که عنوان می کند «توانا بود هر که دانا بود» تلاش کردیم در این زمینه تأثیرگذار باشیم. ما با کمک موسسه مهر گیتی ساخت صد ویست مدرسه با هفتصد و پنجاه کلاس را در

بازرگانی کرمان به موضوع مسئولیت اجتماعی علاقه داشتند و به همین دلیل همه اعضا در این کمیسیون عضو شدند. در اقدام بعدی ما نقشه راه تحقق مسئولیت اجتماعی را در استان کرمان از منظر بخش خصوصی بررسی کردیم که چه مسئولیت هایی باید در اولویت باشد. به موازات آن به وضعیت تناسب در استان، ما یکی از اولین نهادهایی بودیم که وارد موضوع مقابله با کرونا شدیم. اتاق بازرگانی کرمان به محض شیوع ویروس کرونا اقدامات خود را در این زمینه آغاز کرد. در ابتدا نیز استان کرمان مانند سایر مناطق کشور با کمبود اقلام پزشکی از جمله ماسک و لباس برای کادر درمان مواجه بود.

در این زمینه اتاق بازرگانی به همراه فعالان اقتصادی به موضوع ورود کردند و کمبودها را جبران کردند. شرایط به شکلی رقم خورد که به گفته رییس علوم پزشکی کرمان اگر اتاق بازرگانی نبود کادر درمان در آغاز شیوع کرونا زمین گیر می شد. در استان کرمان پنج دانشگاه علوم پزشکی مستقل در شهرهای بم، جیرفت، رفسنجان، سیرجان و کرمان وجود دارد. در چنین شرایطی لازم بود به همه مناطق استان خدمات ارائه شود که در حد توان این اتفاق رخ داد.

صورت است؟ در این زمینه چه اقداماتی انجام شده است؟

تقریباً همه خیرین استان کرمان به شکل های مختلف با اتاق بازرگانی استان کرمان ارتباط دارند. به همین دلیل نیز اتاق به محل رجوع تشکل هایی تبدیل شده که قصد دارند در این زمینه فعالیت کنند. در راستای هم افزایی این تشکل ها ما به دنبال تشکیل اتحادیه تشکل های خیریه هستیم که فعالیت های خیرین در یک چارچوب و به صورت منسجم صورت بگیرد. در شرایط کنونی در این زمینه موازی کاری می شود و به همین از برخی اقداماتی که باید صورت می گرفته غفلت شده است. به همین دلیل به برخی از موضوعات بیش از اندازه توجه شده و در مقابل به برخی از موضوعات مهم دیگر توجه نشده است. ما به دنبال تقسیم کار هستیم که کدام مسائل در اولویت هستند و کدام نهاد باید اقدامات لازم را در این زمینه انجام بدهد. در شرایط کنونی همه نهادهای مرتبط با موضوع مسئولیت اجتماعی با اتاق بازرگانی کرمان در ارتباط هستند و در کمیسیون مسئولیت اجتماعی دیدگاه های خود را مطرح می کنند.

دستور کار قرار دادیم که تاکنون بیش از چهارصد کلاس آن محقق شده که برخی از آنها نیز افتتاح شده است. در بخش توانمند سازی نیازمندان در بخش های محروم و حاشیه شهرها آموزش های لازم برای ایجاد شغل با مرکز آموزش فنی حرفه ای همکاری کرده ایم. در همین راستا موضوع توسعه مشاغل خانگی را به دلیل اینکه خانوارها در شرایط سخت اقتصادی قرار دارند در دستور کار خود قرار دادیم. در شرایط کنونی نیز به دنبال تأسیس انجمن مشاغل خانگی هستیم و به همین دلیل جلسه آینده گفت و گوی شورای استان را به این امر اختصاص داده ایم. موانع و چالش های موجود در مسیر مشاغل خانگی را در دستور شورای گفت و گوی استان قرار داده ایم. در این شورا نیز استاندار، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و نمایندگان قوه قضائیه حضور دارند. نقشه راه مشاغل خانگی به همراه تقسیم کار و جلوگیری از موازی کاری و موضوع برندینگ در دستور کار ما قرار گرفته است. آموزش های لازم را هم در این زمینه انجام خواهیم داد. هدف اصلی ما این است که در زمینه مشاغل خانگی اقدامات وسیعی صورت بگیرد که بخشی از چالش های بیکاری و مشکلات اقتصادی در استان مرتفع شود. در مرحله نخست ایجاد ده هزار فرصت برای مشاغل خانگی را در دستور کار قرار داده ایم.

*** ارتباط اتاق بازرگانی با خیرین استان به چه**



استاندارد مسؤلیت اجتماعی و خیر جمعی تدوین شد

منیژه بازیار

رسانه مسؤلیت اجتماعی: استاندارد مسؤلیت اجتماعی و خیر جمعی که با مشارکت نمایندگان وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی و همچنین بخش خصوصی نهایی شده بود با حضور رییس سازمان ملی استاندارد ایران به تصویب رسید.

در کار خیر، کمک‌های مردمی و حتی رعایت قوانین و مقررات وضع شده در دوران کرونا را مصداق بارز مسؤلیت اجتماعی دانست. رییس سازمان ملی استاندارد ایران با بیان اینکه این استاندارد متناسب با فرهنگ ایرانی، اسلامی است گفت: استاندارد مسؤلیت اجتماعی بر گرفته از خرد جمعی و مشارکت تمامی ذینفعان و دستگاه‌های اجرایی تا امروز به عنوان یکی از مهمترین استانداردها تصویب شود.

غلامرضا شریعتی، رییس سازمان ملی استاندارد ایران در جلسه‌ای که به صورت مجازی با اعضای کمیته مسؤلیت اجتماعی برگزار شد گفت: مسؤلیت اجتماعی مبتنی بر فرهنگ ایرانی، اسلامی می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی مردم کمک کند. وی با اشاره به تاکید دین مبین اسلام و احادیث پیشمار نسبت به سبقت گرفتن





از حقوق همه شهروندان، مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان دفاع کند، گفت: تدوین استاندارد مسئولیت اجتماعی یک ریل‌گذاری جهت‌گیری شده برای دفاع از حقوق شهروندان است. رییس سازمان ملی استاندارد ایران با تأکید بر اینکه مردم برای مطالبات خود نیازمند سند و چارچوبی هستند دستور داد تا در اسرع وقت ضوابط و الزامات برای نقشه راه اجرای استاندارد مسئولیت اجتماعی در کمیته ملی ترسیم و تصویب شود تا شهروندان با سند و چارچوب مطالبات خود را مطرح کنند. وی، دفاع از حقوق شهروندان را مهمترین وظیفه سازمان ملی استاندارد ایران عنوان کرد و گفت: همانگونه که از سازمان‌ها، شرکت‌ها و تولیدکنندگان کالا و خدمات در راستای آرایه خدمات مطلوب و موثر حمایت می‌کنیم با نهادها و ارگانهایی که حقوق مردم را تضییع کنند برخورد خواهیم کرد تا حقوق شهروندی در دستور کار تمامی سازمان‌ها و دستگاهها باشد.

شریعتی سپس به قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد اشاره کرد و افزود: امروزه این سازمان نگاه جامع‌تری به استانداردسازی دارد بطوریکه علاوه بر صنعت و محصول استانداردسازی فرآیندها، خدمات اجتماعی، مبارزه با فساد و رشوه را نیز در دستور کار خود قرار داده است. رییس سازمان ملی استاندارد ایران از برداشتن گام‌های جدید در حوزه تدوین استانداردها خبر داد و اظهار داشت: با سیاست‌گذاری‌های جدید در تدوین استانداردها سعی داریم که کیفیت زندگی را افزایش دهیم که اولین گام آن تدوین استاندارد مسئولیت اجتماعی و خیر جمعی بود. وی با قدردانی از مشارکت سایر دستگاهها در تدوین استاندارد مسئولیت اجتماعی خواستار مشارکت بیشتر دستگاههای مرتبط با این حوزه از جمله سازمان بهزیستی، کمیته امداد و هلال احمر در پیاده‌سازی این استاندارد شد. شریعتی با بیان اینکه سازمان ملی استاندارد ایران براساس قانون خود را متعهد می‌داند که



سند مسئولیت اجتماعی شرکت مادر تخصصی حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع پیشرفته

منیژه بازیار

مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR (Corporate Social Responsibility) موضوع مهم و قابل توجهی در سال‌های اخیر بوده است به طوری که اغلب سازمان‌های سرآمد توجه جدی‌ای در آن دارند.

جاری و ساری شود. به این ترتیب، مسئولیت پذیری اجتماعی برای آنان مزایای دوجانبه‌ای خواهد داشت؛ به طوری که هم سازمان از رویکرد اخلاقی‌تر و منسجم‌تری نفع می‌برد و هم جامعه و طرف‌های ذینفع، نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت.

فلسفه “مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها” در زمره مفاهیم اخلاق کسب و کار مطرح است و به نقشی که شرکت‌ها در حوزه اجتماعی برعهده دارند مربوط می‌شود. بنگاه‌ها و سازمان‌ها برای اینکه در کسب و کار خود موفق باشند باید مسئولیت خود را در قبال جامعه و تمام کسانی که تحت تأثیر فعالیت‌های سازمان قرار می‌گیرند رعایت کنند.

سازمان‌های پیشگام به عنوان سازمان‌های پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان، روشی بسیار اخلاقی در پیش می‌گیرند. این سازمان‌ها حساسیت و توجهی ویژه به پاسخگویی اجتماعی و حفظ ثبات زیست‌بوم سازمان در حال

*آشنایی با مفهوم CSR

مسئولیت اجتماعی شرکتی

CSR(Corporate Social Responsibility) موضوع مهم و قابل توجهی در سال‌های اخیر بوده است به طوری که اغلب سازمان‌های سرآمد توجه جدی‌ای در آن دارند. سازمان‌های پیشرو به عنوان سازمان‌های پاسخگو، برای شفاف‌سازی عملکردشان در برابر ذینفعان و ایفای تعهدات خود در حوزه مسئولیت اجتماعی، ارزش‌های خویش را ابراز می‌دارند و اطمینان حاصل می‌کنند که این تعهدات در سراسر سازمان



یک شرکت، زمانی به تعهد اجتماعی خود عمل می‌کند که به مسئولیت‌های قانونی و اقتصادی خود عمل کند و نه بیشتر. به عبارت دیگر، شرکت به حداقل مسئولیتی که قانون از او خواسته است، عمل می‌کند. چنانچه شرکتی، هدف اجتماعی را ترغیب کند، تنها به منظور رسیدن به اهداف اقتصادی خود است و نه چیز دیگر. مسئولیت اجتماعی با ورود خود، یک چارچوب حاکمیت اخلاقی را اضافه می‌کند که براساس آن، شرکت‌ها به فعالیت‌هایی اقدام می‌کنند که وضع جامعه را بهتر کرده و از انجام کارهایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می‌شود نیز پرهیز کنند. پاسخگویی اجتماعی اشاره به توان و ظرفیت شرکت در جهت عمل و اقدام نسبت به خواسته‌ها و انتظارات جامعه دارد.

* تعریف و زیر مجموعه‌ها

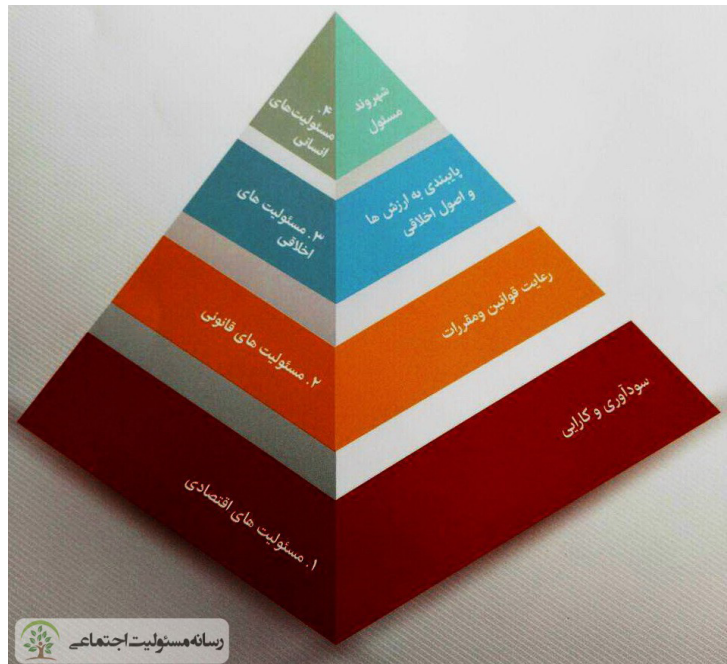
جهان جای بزرگی است که ما انسان‌ها، حیوانات و سایر جانداران و گیاهان و همه آنچه بشر تولید کرده را در خود جای داده است. اینکه هریک از ما تنها به منظور رفع نیازهای خود گام برداریم نه تنها به نابودی جهان می‌انجامد، بلکه امکان زیست و فعالیت همه را دشوارتر خواهد کرد.

از اواخر دهه ۹۰ میلادی بسیاری از سازمان‌ها به توسعه پایدار رو آوردند و سعی کردند خط مشی سازمان را به سمتی سوق دهند که ضمن حفظ منافع ذینفعان، حداقل زیان‌ها به دیگران وارد آید.

مسئولیت اجتماعی به سه بخش فعالیت‌های محیطی، خیرخواهانه و اخلاقی تقسیم می‌شود.

مسئولیت‌های محیطی دربرگیرنده وظیفه انسانی در قبال منابع طبیعی و محیط زیست است. استفاده از مواد زیست تخریب پذیر و عدم استفاده از کربن جوهری نمونه‌های بارزی از این دسته است.

آینده دارند و این دیدگاه را ترویج می‌کنند. مسئولیت اجتماعی در ارزش‌های سازمان‌ها بیان شده است. آنها از طریق مرادده باز با ذینفعان، انتظارات و مقررات محلی و جهانی را درک و رعایت کرده و از آن فراتر می‌روند.



* شرکت به حداقل مسئولیتی که قانون از او خواسته است، عمل می‌کند

مسئولیت اجتماعی سازمان به عنوان مسئولیت شرکت در قبال جامعه، افراد انسانی و محیطی است که سازمان در آن فعال است و این مسئولیت از ملاحظات اقتصادی فراتر می‌رود. در واقع مسئولیت اجتماعی سازمان، فعالیت‌هایی است که پیش برنده منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون لازم می‌دارد.

شرکت‌ها همانند اعضای جامعه و شهروندان به این درک رسیده‌اند که آن‌ها توسط جامعه به وجود می‌آیند و قوانین خود را از جامعه ای می‌گیرند که در آن فعالیت می‌کنند. آن‌ها باید نقش، محدوده و هدفشان را در کنار درک کامل تأثیرات و مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی انجام دهند.

اقتصادی که در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی صورت می‌گیرد می‌توان به فعالیت‌های آموزشی، فرهنگی، برگزاری نشست‌های ادبی و فرهنگی، مشارکت در جشنواره‌ها، همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد، تخصیص امکانات به زنان بدسرپرست و بی‌سرپرست در جهت راه‌اندازی کسب و کار، کنترل مصرف انرژی بیرون و درون سازمان اشاره کرد. عمده این سرفصل‌ها عبارتند از: مسائل آموزشی، مسائل بهداشتی و سلامت، مسایل فرهنگی، حفظ محیط زیست.

برای خواندن متن کامل اسکن کنید:



در دسته فعالیت‌های خیرخواهانه، باید از ارائه خدمات و رفع معضلات اجتماعی نام برد. همچنین می‌توان به حمایت از کودکان خیابانی، به کارگیری معلولان و توانیابان در تولید و در کارخانجات و به کارگماردن آنها در مشاغل که از عهده انجامش برمی‌آیند، اشاره کرد. اختصاص بخشی از بودجه برای درمان بیماران خاص می‌تواند از دیگر بخش‌های فعالیت در این زمینه باشد. فعالیت‌های بخش اخلاقی شامل پرداخت در آمد بیشتر از پاداش به کارکنان، ایجاد فرصتی برای اشتغال بیکاران و اجتناب از کار کردن با شرکت‌های دارای سابقه صنفی است.

در رعایت مسئولیت‌های اجتماعی، لازم است به جنبه‌های مختلف امر توجه کرد. برای مثال، محافظت از آب و انرژی، تعمیر جاده‌ها، ایجاد مراقبت‌های بهداشتی برای کارمندان، کاهش هزینه‌های اداره سازمان و هرآنچه افزایش همکاری و مشارکت کارکنان را به دنبال داشته باشد، همگی در زمره مسئولیت‌های اجتماعی است.

* زمینه فعالیت اقتصادی

بانک‌ها معمولاً مسئولیت اجتماعی خود را با زمینه‌های محدودتری تعریف می‌کنند. به عنوان یکی از مهمترین نهادهای اقتصادی در جامعه، میتوانند با فراهم کردن زمینه‌های رشد تولید و اشتغال، موجب بهبود شرایط

رفاهی و اقتصادی جامعه شوند. نکته لازم به ذکر این است که مسئولیت اجتماعی نافی سود سازمان نیست، بلکه سازمان علاوه بر اهداف خود باید به گونه‌ای عمل کند که منافع بلندمدت بنگاه و جامعه را به طور همزمان در پی داشته باشد. از جمله فعالیت‌های بنگاه‌های



حضور پررنگ شرکت سازه گستر سایپا در نمایشگاه قطعات خودرو

شریفه جمشیدی

شرکت سازه گستر سایپا به همراه قطعه‌سازان زنجیره تامین در پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قطعات، لوازم و مجموعه های خودرو حضور پررنگی دارد.



S.G.S.Co.



شرکت سازه گستر سایپا

* حضور شرکت سازه گستر سایپا در نمایشگاه قطعات خودرو به گزارش دانستی آنلاین، شرکت سازه گستر سایپا با رویکرد افزایش عمق ساخت داخل و توسعه همکاری با سازندگان داخلی در نمایشگاه بین‌المللی قطعات، لوازم و مجموعه های خودرو حضور پیدا کرده است.

* عرضه قطعات محصولات

جدید سایپا

در این نمایشگاه قطعات محصولات جدید سایپا عرضه شده است تا تولیدکنندگان داخلی با روندی که در مجموعه سازه گستر طی می شود بیش از گذشته آشنا شوند و همچنین بتوانند در مسیر نیازمندی های فناورانه بویژه در تولید

معرفی توانمندی های زنجیره تامین، ارائه پروژه های توسعه ای بازار قطعات خودرو، معرفی نیازمندی های فناورانه و تولید قطعات با تکنولوژی های جدید از جمله اهدافی است که در نمایشگاه بین‌المللی قطعات، لوازم و مجموعه های خودرو پیگیری می شود. / **سایپا نیوز**

قطعات با تکنولوژی بالا حرکت کنند.

* اهداف

در پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قطعات، لوازم و مجموعه های خودرو نشست های تخصصی با حضور صاحبان صنایع، شرکت های دانش بنیان، تولید کنندگان داخلی، پژوهشگران موسسات آموزش عالی و علاقمند به صنعت خودرو برگزار می شود.

تشکیل شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی در اتاق ایران / نگاهی کوتاه بر فعالیت دو ساله کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران

فاطمه ملکی

نشست کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی، ۱۴ شهریور ماه سال جاری برگزار شد.



مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران، ضمن تبریک به اتاق شیراز که به عنوان اتاق برگزیده ماه آگوست انتخاب شده است، افزود:

این انتخاب از سوی اتاق بازرگانی بین المللی، بیانگر نقش راهبردی اتاق‌ها و نشان دهنده نقش آن‌ها در پیشبرد برنامه‌های استانی است.

وی در ادامه پیرامون روند کند واکسیناسیون به خصوص واکسیناسیون اعضای اتاق، اظهار داشت:

در مدت شیوع کرونا با یکسری مشکلاتی همراه شدیم و ستاد کرونا نیز اختیارات ویژه ای داشت که امکان مخالفت با آن نیست و همانطور که ملاحظه می کنید با اینکه یک ماه تا شروع سال تحصیلی مانده هنوز برای واکسیناسیون دانش آموزان، دانشجویان، اساتید در سطح کشور و در بسیاری از استان‌ها اقدامی صورت نگرفته است.

نشست کمیسیون مسئولیت اجتماعی و

حاکمیت شرکتی اتاق ایران

به گزارش خبرنگار رسانه مسئولیت اجتماعی، اعضای کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران در آخرین نشست این دوره خود به بیان فعالیت دو ساله این کمیسیون پرداخته و در خصوص مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران به گفتگو از طریق فضای مجازی در پلت فرم اسکایپ نشستند.

رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران/ حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی بین المللی در این نشست مسعود بنایان رئیس کمیسیون

ایران از تشکیل شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی در اتاق ایران خبر داد و افزود: پس از تشکیل آن به دنبال ایجاد شوراهای استانی هستیم تا کار را در سطح ملی پیگیری کنیم.

رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی کمیسیون/ فعال کردن صفحه رسمی کمیسیون در شبکه اجتماعی اینستاگرام

خانم خارستانی رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی کمیسیون ضمن تبریک به خانم محبی و راهدار از اتاق شیراز به عنوان الگویی در فعالیت های اقتصادی و اجتماعی، گزارشی مختصر از فعالیت های انجام شده و برنامه های دو سال آینده را اعلام کرد:

یکی از محورهای اصلی در دو سال اخیر فرهنگ سازی، آموزش و ترویج صحیح مسئولیت اجتماعی و پیش بردن آن به سمت تبادل دانش های تخصصی و کاربردی در کشور بود که در همین راستا ۷ نشست تخصصی و ۲ نشست مشترک با اتاق های فارس و اصفهان برگزار کردیم و در این نشست ها از حضور اساتید و بزرگان همچون اساتید دانشگاه، متخصصان حوزه مسئولیت اجتماعی و جامعه شناسی علوم اجتماعی مدیران ارشد شرکت ها، سازمان ها و بخش خصوصی و سایر بزرگان این حوزه بهره بردیم.

همچنین در نشست آخری که برگزار شد، حدود ۶۰ نفر شرکت کننده با وجود طولانی شدن زمان جلسه و گذشتن از وقت اصلی داشتیم.

رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی کمیسیون همچنین به بیان اقدامات زیر در دو سال اخیر پرداخت:

رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران خاطر نشان کرد:

زمانیکه کمیته مسئولیت اجتماعی را با ۶ سال گذشته که به این اسم تغییر کرد، مقایسه می کنیم، خدا را شاکریم که مسئولیت اجتماعی امروز به یک دغدغه ملی تبدیل شده است که در رده های بالای حاکمیتی نیز مطرح می شود و سعی ما بر این است که به سمت مسئولیت اجتماعی بین المللی پیش برویم.



نایب رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران/ تشکیل شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی در اتاق ایران محمود اولیایی نایب رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران به تدوین استاندارد مسئولیت اجتماعی و تلاش های زیادی که در این راستا صورت گرفت، اشاره کرد و گفت: برخی بندهایی که قرار بود برای تصویب استانداردها به صحن مجلس برود، مورد توافق اتاق و نمایندگان بخش خصوصی نبود. در این باره مذاکراتی صورت گرفت و در نهایت با رایزنی ها و جلسات متعدد توانستیم اثرگذار باشیم و از تصویب موضوعاتی که می توانست در آینده اثرات زیانباری برای کشور داشته باشد جلوگیری کنیم که به زودی این استانداردها ابلاغ خواهند شد.

وی در ادامه گفت: در حد امکاناتی که کمیسیون داشت سعی کردیم اقدامات ارزشمندی را طی دو سال اخیر انجام دهیم.

حضور در این کمیسیون ها تشویقی و هر چه همدلی بیشتر باشد، روند کار بهتر است و تشکر ویژه دارم که جناب بنایان این همدلی را بیشتر کردند.

نایب رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق

دکتر داستانی فراهانی عضو کمیته حاکمیت شرکتی کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق ایران در ادامه نشست ضمن تعریف **cobit 2019**، شاخص های اجرایی در استقرار حاکمیت **it** را نام برد: وی همچنین خاطر نشان کرد:



در ابتدا حوزه های آیتی شفافیت سازی لازم را در خصوص انجام فعالیت ها انجام می دهد و سپس به مدیریت سازمان کمک می کند تا از زیرساخت های **IT** جهت دستیابی به اهداف مدیران و سهام داران استفاده و بهره گیرند. دبیر کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی / زمان برگزاری انتخابات و جلسه هیئت نمایندگان خانم قاسمی دبیر کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی در پایان این نشست ضمن تشکر از حضور اعضا و جمع بندی چند نکته، اعلام کرد: در ۲۸ شهریور ماه انتخابات و جلسه هیئت نمایندگان برگزار می شود که با توجه به این موضوع این آخرین نشست برگزار شده در این دوره است.

*حاضرین جلسه

در این نشست، آقای مسعود بنایان رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران، آقای محمود اولیایی نایب رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران، خانم خارستانی رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی کمیسیون، دکتر عبادی رئیس کمیته حاکمیت شرکتی کمیسیون، دکتر داستانی فراهانی عضو کمیته حاکمیت شرکتی کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق ایران، خانم قاسمی دبیر کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی، خانم مهندس محبی، آقای لشگری عضو کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق ایران، سید رضا جمشیدی مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی حضور داشتند.

- فعال کردن صفحه رسمی کمیسیون در شبکه اجتماعی اینستاگرام

- همکاری در استاندارد ملی مسئولیت اجتماعی

رییس کمیته حاکمیت شرکتی کمیسیون / ۳ محور راهبردی آینده

آقای عبادی رییس کمیته حاکمیت شرکتی کمیسیون همچنین در ادامه نشست سایر فعالیت های صورت گرفته را اعلام کرد که به شرح زیر است:

- تهیه ۸ پوستر و انتشار ۶ پوستر در فضای مجازی پرداخت که با واکنش های خوبی همراه بود و افراد زیادی از آن ها استفاده کردند

- ایجاد کانال رسمی حاکمیت شرکتی در لینکدین که در حال حاضر پس از گذشت ۶ ماه حدود ۸۰ دنبال کننده حرفه ای دارد

- شکل گیری همکاری بسیار خوب بین کمیته حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی

- طراحی ۳ وینار آموزشی، عمومی و تخصصی در طول ۱۲ ماه

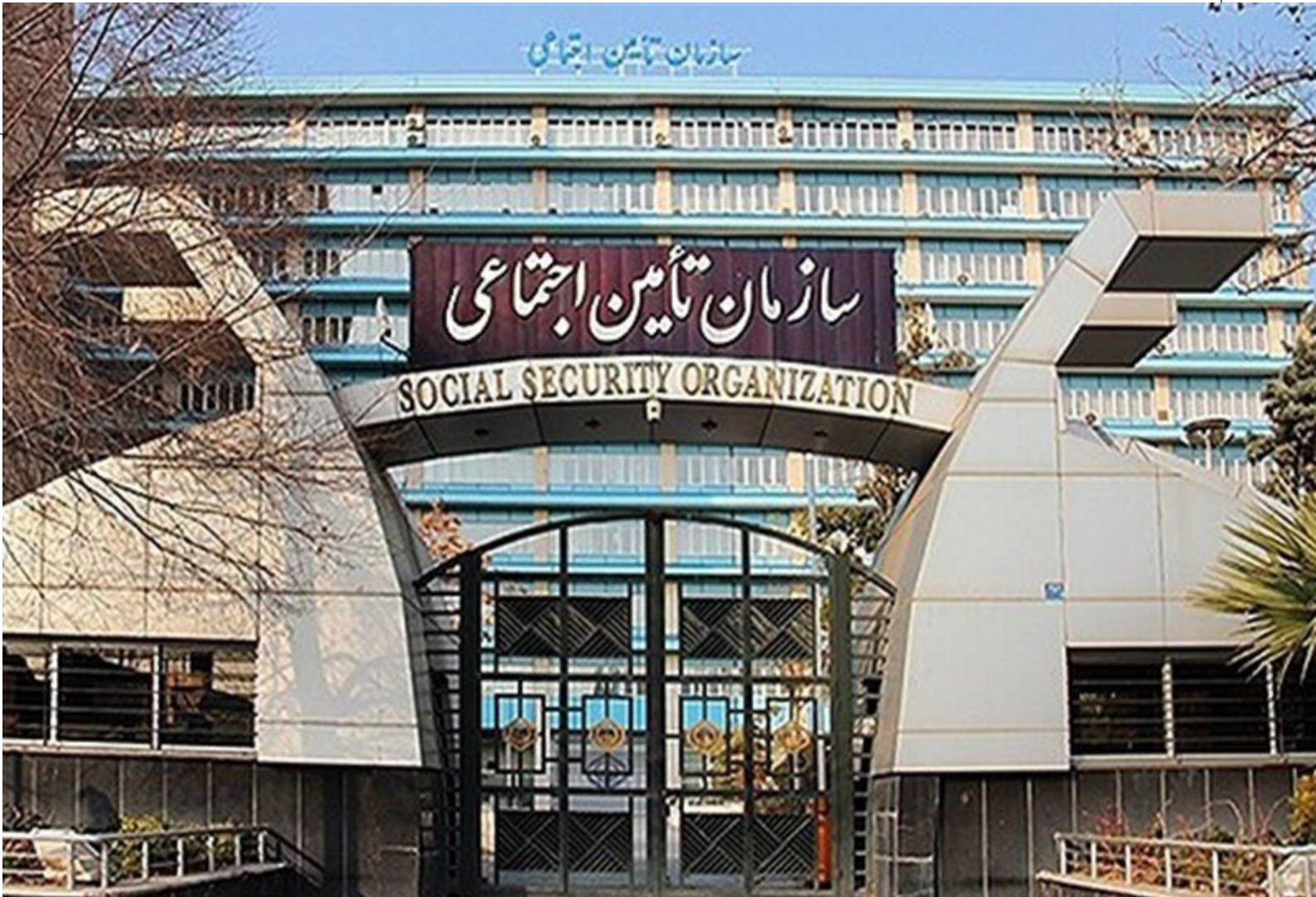
وی همچنین محورهای راهبردی آتی را به ۳ محور زیر تفکیک کرد:

- آموزش و فرهنگ سازی

- توسعه و پژوهش

- نهادسازی و استقرار

عضو کمیته حاکمیت شرکتی کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق ایران / شاخص های اجرایی در استقرار حاکمیت **it**



ورود اتاق ایران به تنظیم سند مسؤلیت اجتماعی

میلاذ تکسیبی

نشست کمیسیون مسؤلیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی، ۱۴ شهریور ماه سال جاری برگزار شد.

* تنظیم استاندارد ملی

کارشناسان و رؤسای کمیته های تخصصی موسسه عالی پژوهش سازمان تأمین اجتماعی و کمیسیون طی تبادل نظر و ارائه اقدامات و گزارشات، موضوع تنظیم استاندارد ملی را مورد بحث و بررسی قرار دادند.

در پایان نیز مقرر شد، این جلسات تارسیدن به نتایج مطلوب ادامه یابد.

* بررسی مهم ترین دغدغه های طرفین

درباره این سند

جلسه ای با حضور دکتر کردونی که مسؤلیت تنظیم این سند را به نمایندگی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و موسسه استاندارد برعهده دارد با نمایندگان بخش خصوصی کشور و کمیسیون مسؤلیت اجتماعی اتاق بازرگانی ایران برگزار شد.

در این جلسه مهم ترین دغدغه های طرفین درباره این سند مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

دستاورد جدید جهانی برای اقتصاد کشور

شریفه جمشیدی

اتاق بازرگانی بین‌الملل که نهاد مادر همه اتاق‌های بازرگانی در سراسر دنیا است، اتاق بازرگانی تهران را به عنوان اتاق برتر دنیا در ماه جولای ۲۰۲۱ انتخاب و معرفی کرد. این انتخاب به خاطر فعالیت‌های مختلف اتاق تهران در بخش‌های مختلف اعم از حوزه صدور گواهی مبدا و عضویت، تا ارائه خدمات مختلف به اعضا و تلاش برای بهبود فضای کسب‌وکار است.

مبادلات تجاری با سایر کشورها عنوان اشاره کرد. این موضوعات از طریق ارتباط اتاق تهران با اتاق بازرگانی بین‌الملل به مدیران اجرایی آن و سایر اتاق‌های عضو منعکس شد و در نتیجه این فعالیت‌ها، اتاق بازرگانی بین‌الملل، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران را به عنوان اتاق برتر یا فعال‌ترین اتاق بازرگانی ماه جولای جهان انتخاب کرده است. اعضای هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران در انتخابات‌های چهار ساله و با رای تجار دارنده کارت بازرگانی استان تهران انتخاب می‌شوند. روسای کمیسیون‌های تخصصی اتاق تهران در دوره‌های دو ساله و با رای اعضا انتخاب می‌شوند.

در ماه‌های اخیر اقدامات متنوع اتاق در حوزه‌های مختلف شامل تدوین گزارش‌های تخصصی در حوزه‌های تجارت، اقتصاد، سرمایه‌گذاری و ...، ارائه اخبار گوناگون مرتبط با اتاق و اقتصاد ملی و جهانی، ارائه بسته راهبردی نجات اقتصاد ایران، تدوین تقویم رویدادهای تجاری مجازی و گزارش این جلسات، مشارکت فعال در بستر ارتباطی ICCWCF و رویدادهایی همچون برگزاری وبینارهای تخصصی موجب شده اتاق تهران از بین ۲۷۸۰ اتاق بازرگانی در ۵۰ کشور جهان به عنوان اتاق برگزیده ماه جولای فدراسیون جهانی اتاق‌های بازرگانی انتخاب شود.

از دلایل دیگر انتخاب اتاق تهران برای این عنوان می‌توان به مواردی مانند کمک به رفع برخی مشکلات اقتصادی در مسیر توسعه کشورمان از جمله ارائه پیشنهادهایی جهت بهبود محیط کسب‌وکار و همچنین پیشنهادهایی جهت جذب سرمایه‌گذاری خارجی و آمادگی به منظور برقراری



وظیفه جامعه در قبال آینده کودکان با حفظ و رعایت مسئولیت اجتماعی

شریفه جمشیدی

دلارام نبوی، مدیر عامل انجمن توانیاب از وظیفه جامعه در قبال آینده کودکان با حفظ و رعایت مسئولیت اجتماعی سخن گفت.



مجبور به استفاده از این خدمات است، بعد مالی قابل قبول و تخصص این کار را وارد زندگی کادر درمان می کند تا جایی که ممکن است با اهمیت پیدا کردن بعد مالی، مسئولیت اجتماعی در این تخصص در اولویت های بعدی قرار گیرد.

این فعال اجتماعی افزود: به همین دلیل نیاز است که درمانگر نیاز فطری خود را برای انجام کار خیر با تخصص خود گره بزند و گره ای میان نیاز فطری شخص و انجام کار انسان دوستانه شکل گیرد، یعنی فرد متوجه این مسأله باشد که با توجه به

دلارام نبوی با اشاره به جنس فعالیت های انجمن توانیاب، افزود: فعالیت اصلی ما ارائه خدمات توانبخشی صد درصد رایگان به کودکان دارای معلولیت در سن طلایی آنها است، یعنی کودکان معلولی که در سن رشد تا ۱۶ سالگی قرار دارند.

وی تصریح کرد: ویژگی درمان توانبخشی به نسبت درمان های دیگر در حیطه های پزشکی باعث می شود که این کار را به عنوان مسئولیت اجتماعی بپذیریم و تخصص خود را در اختیار جامعه قرار دهیم.

مدیر عامل انجمن حمایت از کودکان و نوجوانان توانیاب تأکید کرد: کارهای تخصصی در حیطه توانبخشی شامل کاردرمانی، گفتاردرمانی، فیزیوتراپی و روش هایی است که جامعه به آنها احساس نیاز خاصی دارد و خانواده ای که درگیر معلولیت می شود،

در حالی است که این کودکان سالیان سال خدمات دریافت می کنند و پس از ترخیص هم به طور کامل ما را ترک نمی کنند. وی با اشاره به اینکه هدفمان بازتوانی کودکان دارای معلولیت است افزود: آنقدر روی این بچه ها کار می کنیم که حداقل پتانسیل شان بازتوانی شود و خود را نسبت به آنها و پیشرفت شان مسئول می دانیم، یعنی تلاشمان این است حداقل پتانسیل آنها به حداکثر توانمندی چه از نظر جسمی و حرکتی و چه ارتباطی و اجتماعی تبدیل شود. نبوی با بیان اینکه درمان باید اثربخش باشد تصریح کرد: برای مثال اگر دو سال روی یک کودک زمان می گذاریم، باید هر ماه و هر سال نسبت به زمان گذشته و شرایطی که داشت تغییر و پیشرفت کند. مدیر عامل انجمن توانیاب تأکید کرد: از این نظر معتقدیم که درمان با توجه به سطوح مختلف آن باید حالت تسهیل کنندگی داشته باشد، یعنی باید درمان را طوری انجام دهیم که با فرهنگ جامعه و خانواده کودک و ابزار و شرایطی که در اختیار دارد مطابقت داشته باشد به این



انجمن حمایت از کودکان توانیاب

تخصصی که به دست آورده، مسئولیت اجتماعی دارد و جنس کارش این است که در راستای مسئولیت اجتماعی زمانی را به افرادی که نیازمند بهره گیری از این تخصص ها هستند در نظر بگیرد. نبوی با اشاره به اینکه تعرفه های توانبخشی بالاست و خانواده های معلولین از پرداخت هزینه های آن در طول فرایند طولانی مدت درمان عاجز هستند، خاطرنشان کرد: درمانگران مانند کاردرمانگرها یا گفتاردرمانگرها می توانند بخشی از زمان خود را در مراکز خیریه صرف افراد دارای معلولیت و نیازمند کنند، این باعث می شود هم شخص نیاز فطری و حال خوبش تأمین شود، هم باعث تقویت پتانسیل های فرد دارای معلولیت شده و هم در مرکزی که کار داوطلبانه انجام می دهد کسب تجربه کرده یا تجربه هایش را برای ارتقای آن مجموعه در اختیار آنها قرار دهد. وی ادامه داد: این همکاری ها به مراکز خیریه کمک می کند تا به ارتقای آگاهی خانواده ها نیز کمک کنند. نبوی با بیان اینکه درمان توانبخشی، فرایندمدار است، اضافه کرد: درمان های توانبخشی یک یا دو جلسه ای نیست و برای مثال کودک که دچار فلج مغزی یا جسمی و حرکتی است بایستی راهی چندساله را برای درمان طی کند، این



معنی که باید در درمان توانبخشی مددجو محور بود، پیشرفت و کسب استقلال آن شخص در هر کدام از زمینه های درمان باید مورد توجه ویژه کادر درمان قرار گیرد. نبوی خاطرنشان کرد: به همین دلیل کار کردن در مراکز درمانی با هر اعتقاد و سن و سالی یک هدف نهایی و مشترک را در برمی گیرد، اینکه شخص از زمان قرار گرفتنش در فرایند درمان حالش خوب شود و احساس اثرگذاری خوبی داشته باشد. وی اظهار داشت: باید پذیریم که همه سوار یک کشتی هستیم، اگر به مقصد نرسد همه آسیب خواهیم دید، در حیطه کودکان مسئولیتی که امروز در قبال آنها داریم، بدون شک جامعه فردای ما را می سازد و نیاز است از همین امروز مسئولیت اجتماعی خود را با کاری که انجام می دهیم هماهنگ کرده و این را در سطح جامعه گسترش و ترویج دهیم.

دل نگرانی های زنان سرپرست خانوار با اجرای طرح صیانت

مریم شقاقی

طرح ۳۷ ماده‌ای "حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی" موسوم به طرح صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی همان چیزی است که این روزها اغلب دارندگان کسب و کار بر بستر فضای مجازی از جمله زنان و به ویژه زنان سرپرست خانوار را با دغدغه و نگرانی‌هایی مواجه کرده است..



از همان ساعات ابتدایی انتشار این خبر، بسیاری به اشتباه تصور کردند مجلس این طرح را تصویب کرده و از این رو نسبت به تصویب آن به صورت ناگهانی واکنش نشان دادند، برخی نیز نسبت به بررسی آن بر اساس اصل ۸۵ قانون اساسی اعتراض داشتند که طبق اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس، به علت بالا بودن ابعاد فنی و کارشناسی و پیچیدگی طرح، بر اساس اصل ۸۵ امکان مداخله مستقیم نظرات مردم و کارشناسان در قانونگذاری و امکان قانون گذاری با کیفیت بهتر فراهم می شود ولی در غیر آن این امکان فراهم نمی شود. همچنین متن نهایی قانون دائمی نمی شود، بلکه موقت خواهد بود (۳-۵ سال) و در نتیجه امکان اصلاح

ششم مرداد بود که مجلس شورای اسلامی با بررسی طرح صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی و ساماندهی پیام رسان های اجتماعی، بر اساس اصل ۸۵ قانون اساسی موافقت کرد. اینگونه مطابق با اصل ۸۵ قانون اساسی، اگرچه مجلس نمی تواند اختیار قانون گذاری را به شخص یا هیاتی واگذار کند ولی در موارد ضروری می تواند اختیار وضع بعضی از قوانین را با رعایت اصل هفتاد و دوم به کمیسیون های داخلی خود تفویض کند که در این صورت این قوانین در مدتی که مجلس تعیین می کند به صورت آزمایشی اجرا می شود و تصویب نهایی آنها با مجلس خواهد بود.

جمله ضمانت اجراهای قابل اجرا در خصوص تخلفات مورد اشاره در این طرح است اما در تبصره دو ماده ۲۸ آن آمده است که خدمات پایه کاربردی خارجی که پیش از تصویب این قانون با تشخیص کمیسیون از مصادیق خدمات پایه کاربردی اثرگذار بوده‌اند، موظف‌اند ظرف چهار ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون، نسبت به انجام تعهدات اقدام کنند و در غیر این صورت اعمال مسدود سازی برای آنها تا زمان تامین جایگزین مناسب داخلی یا خارجی یا یک سال پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون لازم نیست.

در این خصوص رئیس مجلس نیز در حساب تویتری خود گفته بود مسدود سازی اینستا و واتساپ برنامه مجلس نیست و طرح در خصوص این پلتفرم‌های پرکاربرد باید اصلاح شود.

در این میان اما فارغ از استفاده کاربردی مردم از شبکه‌هایی نظیر اینستاگرام، واتساپ و... برای برقراری ارتباط؛ عمده دغدغه و نگرانی‌ها از تصویب و اجرای این طرح به مسدود سازی شبکه‌هایی کاربردی نظیر اینستاگرام و در نهایت ایجاد اختلال در روند کسب کارهای خردی معطوف می‌شود که



بیشتری برای قانون دائمی خواهد داشت.

طبق ماده ۱۲ طرح یاد شده، عرضه و فعالیت خدمات

پایه کاربردی در فضای مجازی منوط به رعایت

قوانین کشور، ثبت در درگاه خدمات

پایه کاربردی و اخذ مجوز فعالیت

خدمات اثرگذار پایه کاربردی

داخلی و خارجی است و با

توجه به تبصره یک همین

ماده، عرضه و فعالیت خدمات

پایه کاربردی خارجی اثرگذار

مستلزم معرفی نماینده قانونی و

پذیرش تعهدات ابلاغی کمیسیون

است. این در حالی است که به

گفته صاحب نظران شرکت‌های

خارجی چندملیتی با کشوری مانند

ایران با وجود تحریم‌های مالی و

حقوق بشری، همکاری نمی‌کنند

و از طرف دیگر، پیام‌رسان‌ها و

موتورهای جست‌وجوی بومی

نشان داده که ما تجربه موفق‌تری برای

فراهم کردن زیرساخت‌های لازم را

در این حوزه نداریم.

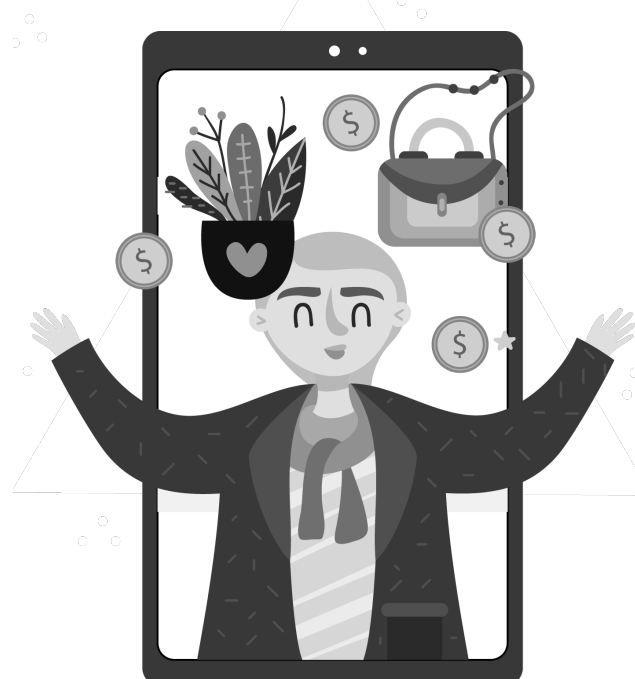
اگرچه "مسدود سازی" شبکه‌ها، از



که ترس از حضور در بازارهای مجازی داشتند، از این رو تلاش شد این زنان با این فضا آشنا و از این طریق امرار معاش کنند.

مشاور عالی معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در دولت دوازدهم، معتقد است که در واقع بازار داخلی به ویژه در حوزه‌هایی نظیر صنایع دستی که نیرو و انرژی جسمی تولید کننده در خلق اثر بسیار مصرف می‌شود به حد اشباع رسیده و فروش محصولات دارای ارزش افزوده قابل توجه نیست.

سیاوشی افزود: برخی گروه‌ها مثل NGO ها و یا استارت‌آپ‌ها و اتاق‌های بازرگانی تلاش دارند راه ارتباطی با دنیای خارج را در جهت صادرات محصولات این زنان فراهم کنند. در این راستا معاونت امور زنان اجلاس منطقه ای با حضور کشورهای همسایه مثل عراق و لبنان و سوریه و فلسطین داشت. این کشورها طالب دست آفریده های زنان کارآفرین ما بودند اما به دلیل به تعویق انداختن ورود به FATF متأسفانه ارتباطات بانکی ما در این زمینه با مشکل مواجه شد، ضمن اینکه کسب و کارهای اینترنتی بزرگ ملی نیز نیاز ورود به بازارهای کشورهای همسایه و جهانی دارند اما تصویب چنین طرح‌هایی نظیر طرح «صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی و ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی» می‌تواند این تلاشها را به شدت به تعویق بیندازد.



بر بستر این شبکه‌ها شکل گرفته‌اند. این همان چیزی است که دارندگان کسب و کارهای خرد از جمله زنان و به ویژه زنان سرپرست خانوار فعال در این فضا را نگران کرده است چرا که علاوه بر، بر باد رفتن مبالغ هزینه شده برای تبلیغات کسب و کارها در شبکه اینستاگرام؛ حتی اگر جایگزین داخلی مناسب این شبکه‌ها ایجاد شود چند سال طول خواهد کشید تا دارندگان کسب و کار در شبکه جدید، مشتریان خود را بازیابند و از سوی دیگر آیا مشتریان حاضر به حضور در شبکه‌های جایگزین داخلی جدید خواهند بود یا خیر؟

* ضربه جبران ناپذیر طرح صیانت

به کسب و کارهای زنان

طیبه سیاوشی، نماینده ادوار مجلس و مشاور عالی معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در دولت دوازدهم، در این باره گفت: طرح «صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی و ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی» که بررسی آن بر اساس اصل ۸۵، ششم مرداد به صورت ناگهانی، غیر شفاف و پنهانی در مجلس به تصویب رسید ضربه جبران ناپذیری به کسب و کارهای خرد و غیر رسمی زنان کشور است و این گروه‌های کارآفرین که در قالب تعاونی‌ها، صندوق‌های خرد کشاورزی شهری و روستایی و یا زنان همیار سرپرست خانوار هستند را می‌تواند از پای در آورد.

وی با اشاره به طرح ملی «توانمند سازی اقتصادی زنان کارآفرین» برای دسترسی زنان به فضای مجازی قانونی فروش محصولات در کشور، ادامه داد: این طرح را از حدود یک سال گذشته در سطح ملی و برای ورود زنان کارآفرین اعم از سرپرست خانوار و دارای مشاغل خانگی به بازارهای فروش قانونی کشور و آشنا کردن آنها با فضای مجازی آغاز کردیم چرا که به ویژه این زنان بازارهای واقعی و آفلاین خود را از دست داده بودند. زنان کارآفرین شرکت کننده در این طرح کسانی بودند



علاوه بر حفظ فضای اینستاگرام برای فروش محصولات زنان، آموزشهایی را برای ورود زنان به بازارهای مجازی قانونی فروش کشور به آنها ارائه دهد اما اکنون با این محدودیت ها معلوم نیست تکلیف بازارهای قانونی مجازی کشور بر روی موتور جستجو گوگل به چه صورت خواهد بود.

* راحتی اینستاگرام برای فعالیت حتی با سواد اندک

سیاوشی همچنین این راهم گفت که بعضا زنان با اندک سواد خود توانسته بودند وارد بستر شبکه اینستاگرام برای فروش محصولات خود شوند، همچنین این محصولات اغلب دست ساخته ها و تولیدات بومی و محلی این زن ها اعم از خوراکی، پوشاک و صنایع دستی است و بر اساس ارزیابی های انجام شده هیچ کدام از شبکه های اجتماعی داخلی موجود در حال حاضر حتی یک صدم کمک اقتصادی شبکه اینستاگرام برای این جوامع محلی ندارند که بگوییم جایگزینی را برایشان در نظر بگیریم وی افزود: این زنان توانسته اند در فضای اینستاگرام بدون حتی تولید محتوای حرفه ای و عکسهای تخصصی به کسب و کار پردازند اما در بازارهای فروش قانونی نیاز به محتوا و عکسهای تخصصی دارند. اگر این محدودیت ها شامل موتور جستجوی گوگل هم بشود نه تنها

* فعالیت عمده زنان سرپرست خانوار دارای کسب و کار بر بستر اینستاگرام

وی با اشاره به حضور زنان کارآفرین سرپرست خانوار در بازارهای مجازی فروش، یادآور شد: بین سالهای ۹۰ تا ۹۸، حدود ۲۶ درصد به جمعیت زنان سرپرست خانوار ما افزوده شده و قاعدتا تاکنون جمعیت این زنان سرپرست خانوار از سه میلیون نفر در سال ۹۶ بیشتر شده است. این زنان تلاش می کنند نان آور خانواده باشند. پیش از پاندمی کووید ۱۹ و به ویژه پس از شدت گرفتن بحران کرونا به دلیل محدودیت تهیه فضای فیزیکی تلاش کردند تا در فضای مجازی خرید و فروش داشته باشند. این زنان عمدتاً بر بستر اینستاگرام شروع به خرید و فروش کردند. مشاور عالی معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در دولت دوازدهم، با بیان اینکه گفته می شود حدود یک و نیم میلیون تا دو میلیون کسب و کار خرد در بستر اینستاگرام وجود دارد، خاطر نشان کرد: با تصویب طرح یاد شده مجلس، این جمعیت اگر بیکار شوند نمی دانم چه جایگزینی برای آن خواهند داشت؟. طراحی شبکه اینستاگرام راحت است و زنان به راحتی می توانند وارد فروش در این بستر شوند. در عین حال معاونت زنان تلاش داشت

این نماینده ادوار مجلس، تاکید کرد: اگر کشوری مثل چین توانسته موتورهای جستجو بین المللی را فیلتر کند، در مقابل نیز توانایی ساخت مشابه آن موتورهای جستجو را داشته و چنان توانسته مردم را راضی نگه دارد که راه ارتباطی تولید کنندگان با مردم بسته نشده و در عین حال درهای اقتصادی چین به روی تمام دنیا باز است. در هر حال چین این توانایی را داشته اما آیا در کشور ما هم این توانایی وجود دارد؟

سیاوشی یادآور شد: من در دوران حضور در مجلس شورای اسلامی شاهد این بودم که در کمیسیون فرهنگی که کمیسیون اصلی این طرح نیز هست، بسیاری از مسئولین شبکه های مجازی داخلی کمک ها و وام های قابل توجهی از بودجه عمومی کشور گرفته و استفاده کردند اما در مقابل نتوانستند فضایی طراحی کنند که مردم به راحتی در آنجا گفتگو کنند چه برسد به اینکه آزادانه کسب و کار خرد خود را راه اندازی کنند.

وی افزود: مسئله اصلی، اقتصاد غیررسمی و خرد مردمی است که مردم غیرشاغل در نهادهای غیررسمی و غیردولتی به آنها وابسته هستند و در صورت بسته شدن، این قشر از مردم که حقوق ثابت دولتی ندارند ضربه می خورند. واتساپ و اینستاگرام دو اپ بین المللی هستند که فقط کارکرد اقتصادی آنها به داخل کشور محدود نمی شود بلکه خیلی از مشتریان در خارج از کشور هم امکان خرید دارند که اکثرا از طریق مسافر این اقلام رد و بدل می شوند. خیلی از شبکه های شغلی تشکیل شده اند که بهم وصل هستند و در صورت هر تهدیدی زنجیره وار متوقف می شوند.

مشاور عالی معاونت امور زنان و خانواده رئیس جمهوری در دولت دوازدهم در پایان سخنان خود تاکید کرد: استارتآپها، شرکتهای دانش بنیان و پارکهای علم و فن آوری همه در بستر اینترنت و تعامل با دنیای مجازی کارایی دارند و مسلما در صورت تحدید، همه این ساختارها تحت تاثیر قرار می گیرند و حتی ارتباطات دانشگاهی و علمی هم محدود می شود، چون طرف خارجی آنها که در بستر اینترنت ایران، قابل ثبت نیست. / ایسنا

این جوامع محلی در اینستاگرام بلکه گروه های زنان کارآفرینی که توانسته اند در قالب سطح ملی و استانی در شبکه واتساپ یا شبکه های دیگر خرید و فرش کنند نیز از دست می رود.

به گفته وی، معاونت زنان طی این یک سال گذشته به کمک موسسات تسهیل گیری و استارتآپی توانست این زنان را با فضای مجازی و شبکه های اجتماعی آشنا کند تا بتوانند در آنجا فروش و امرار معاش کنند، اما این فضا هم با این طرح مجلس از دست خواهد رفت.

* عقب افتادن هر چه بیشتر کشور از بازارهای جهانی با تصویب طرح صیانت

این نماینده ادوار مجلس عنوان کرد: به هر حال کشور ما مردم ما برای ارتباط با دنیای خارج و صادرات نیاز مبرمی به کسب و کارهای اینترنتی دارند و در جهان امروز محدودیت در این زمینه منجر به عقب افتادن هر چه بیشتر ما از بازارهای جهانی و تجارت جهانی می شود و ارتباط دنیای بیرون با این کارآفرینان و تولید کنندگان قطع می شود.

به اعتقاد وی، دیوار کشیدن بین مرزهای کشورها امر مذمومی است بنابراین پل های ارتباطات مجازی برای ارتباط بیشتر بین مردم و دنیای خارج تسهیل کننده است اما با تصویب این طرح به مراتب دیوارها بیشتر شده و در نهایت دیوار بزرگی بین ما و کشورهای همسایه، دوست و دنیا کشیده می شود.

سیاوشی با بیان اینکه فروش در فضای مجازی و بر بستر شبکه های مثل اینستاگرام ایجاد شده تا مردم از جمله زنان و به ویژه زنان سرپرست خانوار بتوانند محرومیت های فضای واقعی را جبران کنند، خاطر نشان کرد: علیرغم تمام سیاست گذاری های کشور اعم از سیاست گذاری های مجلس در قالب قانون برنامه ششم توسعه و معاونت امور زنان در قالب بند ت ماده ۸۰ قانون برنامه ششم توسعه، اما همچنان اثر چشم گیری بر روی زندگی زنان سرپرست خانوار گذاشته نشده است. طی یک سال گذشته نیز اقدام عاجلی از سوی مجلس برای جامعه زنان سرپرست خانوار بیش از ۳ میلیونی، ندیده ایم و در عین حال این طرح جدید مجلس نیز متأسفانه نابود کننده مشاغل است و می تواند مانعی در برابر امرار معاش زنان ایجاد کند.

تشکیل شورای سیاستگذاری جشنواره تجلیل از واحدهای اقتصادی فعال در زمینه

مسئولیت اجتماعی

فاطمه ملکی

اولین جلسه سیاستگذاری جشنواره تجلیل از واحدهای اقتصادی فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی دهم شهریور ماه در محل شرکت شهرک‌های صنعتی برگزار شد.



* در جلسه سیاستگذاری جشنواره تجلیل از واحدهای اقتصادی فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی چه گذشت؟

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، اولین جلسه سیاستگذاری جشنواره تجلیل از واحدهای اقتصادی فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی دهم شهریور ماه در محل شرکت شهرک‌های صنعتی برگزار شد.

در این جلسه دبیر شورای سیاستگذاری جشنواره تجلیل از واحدهای اقتصادی فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی، اهداف و برنامه‌های این جشنواره که در راستای ترویج فرهنگ و قدردانی از فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی است را برای شورای سیاستگذاری بیان کرد.

در این جلسه اعضای کمیته‌های مربوطه معرفی و هر یک از اعضای کمیته‌ها نسبت به برنامه ریزی و مراحل کار جشنواره، نظرات خود را بیان کردند.

* چه موضوعاتی مطرح شد؟

در این جلسه موضوعات زیر بیان شده است:

- اهداف جشنواره
- زمان برگزاری
- مخاطبین جشنواره
- تهیه پیش‌نویس شیوه‌نامه

* دبیر شورای سیاست‌گذاری جشنواره/ اهداف جشنواره

نادری دبیر شورای سیاست‌گذاری جشنواره، ضمن خوش‌آمدگویی به حاضرین جلسه بر فعالیت شرکت‌هایی که دارای پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت، معدن و تجارت هستند و اقدامات موثری در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSI) انجام داده‌اند، تاکید نمود و یکی از اهداف جشنواره را معرفی و قدردانی از فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی برشمرد.

این رویداد ملی، گفت:

مشارکت های اجتماعی، یکی از ارکان مهم حوزه سلامت است و در این راستا باید به لایه های مختلف اجتماع، مخصوصاً مناطق و محلات توجه ویژه داشته باشیم.

*** مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی /
ضرورت توجه به حوزه فرهنگی و ترویجی
مسئولیت اجتماعی**

سید رضا جمشیدی، مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی، ترویج را به عنوان یکی از ارکان و عناصر مسئولیت اجتماعی برشمرد و تشریح کرد: در سیاست گذاری اهداف کلان جشنواره می بایست به حوزه فرهنگی و ترویجی مسئولیت اجتماعی توجه ویژه نمود.

وی در پایان پیشنهاد کرد، برای فعالان مسئولیت اجتماعی فرصتی را فراهم نمایید تا هر عملی که از سوی شرکت ها در حوزه مسئولیت اجتماعی انجام شده در قالب گزارش

*** معاون مدیر کل دفتر وزارتی وزارت
نفت / اهمیت توسعه پایدار و محیط
زیست**

شهرام فرضی معاون مدیر کل دفتر وزارتی وزارت نفت بر اهمیت توسعه پایدار و محیط زیست تاکید کرد و افزود:

اهمیت توسعه پایدار و محیط زیست موضوعی است که باید برای ارزیابی متقاضیان مدنظر قرار گیرد.

*** مدیر روابط عمومی سازمان صنایع
کوچک و شرکت های صنعتی ایران /
ظرفیت دفاتر و شرکت های استانی و
منطقه ای شرکت شهرک های صنعتی**

امید ساعی مشاور مدیرعامل و مدیر روابط عمومی سازمان صنایع کوچک و شرکت های صنعتی ایران به ظرفیت دفاتر و شرکت های استانی و منطقه ای شرکت شهرک های صنعتی اشاره کرد.

در حوزه های اطلاع رسانی و ارتباطی میتوان از ظرفیت استان ها، شهرستان ها و شهرک های صنعتی بهره گرفت.

*** مسئول برنامه CSI
اداره کل سازمان
های مردم نهاد و
خیرین سلامت /
مشارکت های
اجتماعی**

داوود پیرانی نیز در ادامه جلسه ضمن بیان پیشنهاد خود را نسبت به برگزاری



به دبیرخانه جشنواره ارسال شود.

* یکی از فعالان حوزه CSI / بازرگری بخشی از شیوه نامه

سرکار خانم سمیه رضوی یکی از فعالان حوزه CSI بازرگری بخشی از شیوه نامه، این نامه و ساختار جشنواره را بر عهده گرفت تا با تبادل نظر با اعضای شورای سیاست گذاری آماده عرضه در جلسه شورای سیاست گذاری نماید.

* رئیس دبیرخانه شورای عالی اشتغال وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی / موضوع پرسنلی و منابع انسانی

آقای محمد اسکندری رئیس دبیرخانه شورای عالی اشتغال وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی ضمن تاکید بر یکی از عناصر مسئولیت اجتماعی با موضوع پرسنلی و منابع انسانی، افزود:

پرسنل و منابع انسانی موضوعی است که باید برای ارزیابی متقاضیان مدنظر قرار گیرد.

* مشاور مدیر عامل استان ها / اقدامات وزیر سابق صنعت

آقای صادقی مشاور مدیر عامل استان ها نیز در این جلسه گفت:

با اقدامات و فعالیت هایی که وزارت صمت و وزیر سابق آقای رزم حسینی در اقتصاد مقاومتی و مسئولیت شرکتی شرکت های معین به خصوص در خراسان و کرمان صورت گرفته است، شرکت هایی در این زمینه دارای اقدام و عملکرد بسیار خوبی بودند که می بایست توجه به اقدامات آن ها و مناطق معین داشت.

* نظرات حاضرین جلسه

آقای نادری مجدد در پایان از حاضرین جلسه بدلیل عدم زمان کافی درخواست کرد، دیدگاه، نظرات و فاکتورهای مورد نظر در شیوه نامه را در گروه ایجاد شده در فضای مجازی تبادل کنند و در جلسه بعدی به بررسی دقیق ارکان جشنواره، شیوه نامه و برنامه ها پردازیم.

* حاضرین جلسه

در این جلسه آقای صادقی مشاور مدیر عامل استان ها، آقای شهرام فرضی معاون مدیر کل دفتر وزارتی وزارت نفت، آقای داوود پیرانی مسئول برنامه CSI اداره کل سازمانهای مردم نهاد و خیرین سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، آقای محمد اسکندری رئیس دبیرخانه شورای عالی اشتغال وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، آقای امید ساعی مشاور مدیر عامل و مدیر روابط عمومی سازمان صنایع کوچک و شرکت های صنعتی ایران، آقای سید رضا جمشیدی مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی، سرکار خانم سمیه رضوی یکی از فعالان حوزه CSI حضور داشتند.



دومین جلسه کمیته مسئولیت پذیری اجتماعی در حوزه سلامت برگزار شد

شریفه جمشیدی

دومین جلسه کمیته مسئولیت پذیری اجتماعی در حوزه سلامت به همت اداره کل سازمان های مردم نهاد و خیرین سلامت در محل سالن همایش های وزارت بهداشت برگزار شد.

گویی به اعضای جلسه به موضوع فلسفه تشکیل کمیته و بهره گیری از ظرفیت مسئولیت اجتماعی شرکتی در نظام سلامت پرداختند.

***مدیر کل امور خیرین و موسسات خیریه سلامت وزارت بهداشت / سرمایه گذاری اجتماعی**

در ادامه جلسه دکتر امیر صادقی مدیر کل امور خیرین و موسسات خیریه سلامت وزارت بهداشت با اشاره به اهمیت مقوله CSR و اهمیت این ظرفیت در جریان حوادث و بلایای اخیر به ویژه پاندمی کرونا، اظهار داشت: اگر شرکتی به ساختار NGO سلامت کمک می کند تا این

در محل سالن همایش های وزارت بهداشت برگزار شد.

*** رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی وزارت بهداشت / تشریح اهداف**

دکتر پیرانی به عنوان رئیس کمیته مسئولیت اجتماعی وزارت بهداشت، ضمن خیر مقدم و خوش آمد

*** دومین جلسه کمیته مسئولیت پذیری اجتماعی در حوزه سلامت**

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، امروز دومین جلسه کمیته مسئولیت پذیری اجتماعی در حوزه سلامت به همت اداره کل سازمان های مردم نهاد و خیرین سلامت





شود. یکی از بخش های دیگر، دانش پژوهی و تحقیق در حوزه های مورد فعالیت، تجارب موفق و ایده های نو است که می توانند کار خود را به صورت یک محصول به جشنواره ارائه دهند. وی در ادامه افزود:

ثبت آثار جشنواره از ابتدای مهرماه ۱۴۰۰ آغاز می شود. - مجله ای علمی-پژوهشی در حوزه مشارکت های اجتماعی سلامت مدیر کل امور خیرین و موسسات خیریه سلامت وزارت بهداشت اظهار داشت:

بخش دیگر فعالیت ما در قالب مجله ای علمی-پژوهشی در حوزه مشارکت های اجتماعی سلامت که حوزه CSI یکی از محورهای مهم آن است که در جست و جوی راه های علمی و تحقیقاتی برای تحقق حوزه CSI در کشور هستیم.

۴- هزار میلیارد آورده کمک های مردمی در شیوع کرونا صادقی ضمن انتقاد به عدم رسانه ای شدن فعالیت های اجتماعی صورت گرفته، گفت: در دوران کرونا بیش از ۲ هزار میلیارد تومان آورده کمک

ساختار سلامت محور رشد کند، باید منافع مشترکی کسب کند که یکی از راه های کسب منافع مشترک، سرمایه گذاری اجتماعی است که قوانین آن طراحی و ارائه شده است.

وی در ادامه با اشاره به اینکه در سیستم سلامت نیز قسمتی به نام سرمایه گذاری اجتماعی وجود دارد، افزود:

هر نوع سرمایه گذاری موسسات و سازمان های خصوصی در حوزه سلامت از نظر ما نوعی مشارکت محسوب می شود و به ساختار کشور کمک می کند.

زمانیکه سرمایه گذاری در حوزه سلامت رخ می دهد به ساختار سلامت کشور کمک می کند.

* اولین جشنواره مشارکت های اجتماعی سلامت

صادقی در رابطه با اولین جشنواره مشارکت های اجتماعی سلامت، بیان کرد:

یکی از محورهای جشنواره مشارکت های اجتماعی سلامت، حوزه CSR است که اولین جشنواره در اردیبهشت سال آینده به صورت ملی برگزار می

اختصاص دهید.

* نماینده گروه صنعتی ایران خودرو / گزارشات مسئولیت اجتماعی

نماینده محترم مسئولیت اجتماعی گروه صنعتی ایران خودرو در ادامه جلسه توضیحاتی در مورد اقدامات درون سازمانی و برون سازمانی در اجرای مسئولیت اجتماعی بیان کرد و افزود:

گزارش‌های اقدامات سال ۹۶ و ۹۷ به صورت کتابچه ای منتشر شد و اطلاعات در بخش مسئولیت اجتماعی سایت ایران خودرو قابل نمایش است.

وی در ادامه تشریح کرد:

در جهت همکاری با آموزش پرورش و مدرسه سازی، مدرسه ای در استان سیستان و بلوچستان ساخته شده و از زمان افتتاح به صورت منظم خدماتی را برای دانش آموزان این منطقه داشتیم.

همچنین با ارتباطی که با شبکه مدارس فنی سراسری داشتیم، توانستیم تجهیزات فنی و حضوری آن‌ها را تامین کنیم.

همچنین فعالیتی با پلیس ناجا در رابطه با ارتقا فرهنگ رانندگی و کاهش تصادفات طی یک سال اخیر داشتیم.

های مردمی و شرکتی و بیش از یک میلیون ساعت کار داوطلبانه داشتیم اما هیچ کدام رسانه ای نشد و این نقص بزرگ ما است که رسانه‌ها باید در کنار ما قرار بگیرند.

مدیر کل امور خیرین و موسسات خیریه سلامت وزارت بهداشت در ادامه، بیان داشت:

این واحد تمایل دارد در نقشه راه این حوزه با برنامه ریزی منسجم پتانسیل سرمایه گذاری اجتماعی با مشارکت خیرین و سمن‌ها و شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی بهره‌بردار.

وی با اشاره به چاپ کتابچه حوزه وزارتی در آینده نزدیک، گفت:

فعالیتی که در حوزه CSI در حوزه شما صورت گرفته است را در اختیار ما قرار دهید و در این راستا محصولی که ارائه می‌دهیم کتابچه حوزه وزارتی است که به زودی چاپ خواهد شد.

* باید CSI در جامعه ما جای گیرد

صادقی در پایان خاطر نشان کرد:

CSI باید در جامعه شناخته شود در نتیجه خواهشمندم بخشی از آموزش و پژوهش خود را به موضوع CSI



*مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی / حمایت از برند فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی

سید رضا جمشیدی مدیر مسئول رسانه مسئولیت اجتماعی نیز در این جلسه ضمن معرفی رسانه مسئولیت اجتماعی به عنوان بانک اطلاعاتی این حوزه، اظهار داشت: ارائه گزارشات مسئولیت اجتماعی از موضوعات بسیار مهمی است که باید اقدامات و گزارشات آن‌ها را به سمع و نظر مجموعه ذینفعان، از قبیل ذینفعان شهروندی که لایه‌های مختلفی از جامعه است، ذینفعان منطقه ای که اهالی منطقه واحد تولیدی و صنعتی هستند، ذینفعان حاکمیتی سازمان‌ها و ارگان‌های حمایت کننده و نهایتاً ذینفعان شرکتی، سهامداران، کارکنان مدیران اعلام کنیم که در جریان روند ارتباط اجتماعی شرکت با جامعه قرار گیرند.

همچنین از برند و فعالی که اقدامات مسئولیت اجتماعی انجام داده است، حمایت‌های لازم صورت گیرد و اقدامات وی به عنوان یک مدل اجرایی می‌تواند برای علاقه‌مندان به حوزه مسئولیت اجتماعی الگو و راهنما باشد و آن‌ها را با رویکرد و بر اساس ساختار، ضوابط و شرایط محلی، منطقه‌ای، فعالیتی، تولیدی و اهداف خود منتشر و به آنها عمل کنند.

* تایماز میرمصطفایی / تاکید بر ارائه گزارشات مسئولیت اجتماعی

همچنین تایماز میرمصطفایی یکی از این مدعوین جلسه به موضوع بحث آموزش و ارائه گزارشات و رپورت‌های بحث مسئولیت اجتماعی تاکید کرد.

* نمایندگان بیمه‌ها

نمایندگان‌های بیمه‌های مختلف کشور بیشترین حضور را در این جلسه داشتند هر کدام گزارشاتی را ارائه دادند و بیمه‌دی به عنوان یکی از فعالان این حوزه، اقدامات

صورت گرفته را مطرح و گزارش‌های عملیاتی و اقدامات را در جلسه ارائه کردند.

* نماینده بانک تجارت / گزارش کامل از اقدامات بانک تجارت

آقای اجتماعی نماینده محترم بانک تجارت نیز به صورت مجازی در این جلسه حضور داشتند و گزارش کاملی از اقدامات بانک تجارت را مطرح کردند.

لازم به ذکر است، یکی از مجموعه کارهای خوب آن‌ها این است که پس از انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سوژه مورد نظر را رها نکرده و با پیگیری، کنترل و نظارت آن سعی می‌کنند بهترین بهره‌برداری را داشته باشند.

* حاضرین جلسه

در این جلسه دکتر امیر صادقی مدیر کل سازمان‌های مردم‌نهاد و خیرین سلامت، آقای سهیل رایمند نماینده کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی، خانم پروانه قویدل نماینده شرکت بیمه رازی، خانم مهدیه حامد نماینده شرکت لوتوس، خانم جعفری و آقای طاهری نمایندگان شرکت ایران خودرو، آقای هومن نادری نماینده سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، آقای تایماز مصطفایی فعال حوزه CSR، آقای محمد سرمه نماینده بیمه دانا، آقای علی فصیحی نماینده شرکت بیمه ایران، خانم راضیه تاجیک نماینده بیمه آسماری، آقای حسن اجتماعی نماینده بانک تجارت، آقای علی مراد نژاد، آقای آرش اکبری نماینده بیمه دی، آقای رضا جمشیدی مدیر رسانه مسئولیت اجتماعی، آقای داود پیرانی مسئول CSR وزارت بهداشت و خانم خلیلی مسئول دفتر اداره کل حضور داشتند.

جلسه دبیران کمیته های نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت؛ ۲۸ تیر ماه + گزارش تصویری

بهرام حسن پور

جلسه دبیران کمیته های نخستین جشنواره ملی مشارکت های اجتماعی سلامت
در محل اداره کل سازمان های مردم نهاد و خیرین سلامت برگزار شد

گزارش تصویری

در ادامه می توانید گزارش تصویری این جلسه را ملاحظه نمایید



نسخه الکترونیک گزارش تصویری

گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت پارس خودرو

میلاد تکسیبی

سازمان‌ها، نهادها و بنگاه‌هایی تجاری دولتی و غیر دولتی در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی خود خط مشی یا منشوری را تعریف کرده‌اند.

هم اکنون شرکت پارس خودرو با مساحت ۶۰۰۰۲۰ متر مربع مشتمل بر یک سایت شمالی به مساحت ۵۶۳۵۵ متر مربع و یک سایت جنوبی به مساحت ۵۴۳۶۶۵ متر مربع و ظرفیت اسمی ۳۰۰۰۰۰ دستگاه در سال برای بیش از ۶۰۰۰ نیروی مستقیم و هزاران نیروی غیر مستقیم فرصت شغلی فراهم کرده است. از جمله امکانات تولیدی شرکت پارس خودرو می‌توان به سالن‌های تولید بدنه و مونتاژ محصولات رنو با مساحت ۴۶۳۰۰ متر مربع و ظرفیت تولید ۳۲ دستگاه اشاره کرد که سیستم‌های تولید MES و وب در آنها بگونه‌ای طراحی گردیده که محصولات مختلف بصورت همزمان و سنکرون در خطوط بدنه و مونتاژ تولید شده و این یکپارچگی با سالن رنگ متمرکز نیز همزمان بوسیله یک گالری و بافرهای مناسب بدنه‌های خام و رنگ شده برای حفظ بالانس تولید، ایجاد شده است. سالنهای تولید محصولات برلیانس نیز در دو سالن بدنه مجزا برای مدل‌های سری H 200 و سری H 300 و همچنین یک سالن مونتاژ برای هر دو مدل با ظرفیت تولید بیش از ۱۵ دستگاه در ساعت در حال تولید محصولاتی با کیفیت برای مشتریان شرکت می‌باشد.

تمامی محصولات شرکت پارس خودرو در سالن رنگ متمرکز به مساحت ۴۶۲۰۰ متر مربع، رنگ میشوند. در این سالن تمامی فرایندهای رنگ خودروها شامل پی‌تی، ای‌دی، آستر و رویه انجام شده و با بکارگیری تکنولوژیهای روز قابلیت رنگهای متنوع خودرو در انواع مختلف ایجاد شده و برای دستیابی به کیفیت مناسب و یکنواخت رنگ انواع خودروها، ۲۳ ربات رنگ بکار گرفته شده است. با توجه به نقش حیاتی و استراتژیک این سالن، همواره پروژه‌هایی برای افزایش ظرفیت، نگهداری و روزآمد نمودن آن تعریف و اجرا گردیده است. بارزترین بهبود

برخی از این مراکز، سیاست‌های کاری و سازمانی خود را بر اساس این خط مشی انتخاب و اجرا می‌کنند. اما در برخی دیگر، عمل به مسئولیت اجتماعی در حد شعار باقی می‌ماند.

مسئولیت اجتماعی با هدف اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی، این گزارش‌ها را بازنشر می‌دهد. قضاوت در مورد عملکرد این نهادها و مراکز به ادعای خود مبنی بر پایبندی به این تعهدات و سیاست‌گذاری بر اساس منشور مسئولیت اجتماعی تعریف شده برای سازمان، به افکار عمومی واگذار می‌شود.



گزارش مسئولیت اجتماعی
شرکت پارس خودرو

رسانه مسئولیت اجتماعی

* معرفی شرکت

شرکت پارس خودرو در سال ۱۳۳۵ هجری شمسی با نام شرکت بازرگانی جیب ایران در حومه تهران قدیم (۹ کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج) تاسیس گردید. جعفر اخوان بازرگان مبتکری که واردات اتومبیل به ایران و سپس مونتاژ و تولید آن را بنیان نهاد نمی‌توانست تصویری از آینده این اقدام خود و تاثیر آن داشته باشد. در آن دوران صنعت خودروسازی نه تنها در ایران بلکه در هیچ یک از کشور های خاورمیانه بوجود نیامده بود.



های صورت گرفته در این سالنها افزایش ظرفیت از ۲۵ دستگاه، به بیش از ۶۰ دستگاه در ساعت میباشد که این امکان را برای شرکت فراهم نموده، تیراژ تولید ۳ شیفت را در ۲ شیفت محقق نماید.

تمامی محصولات شرکت پارس خودرو در سالن رنگ متمرکز به مساحت ۴۶۲۰۰ مترمربع، رنگ میشوند. در این سالن تمامی

فرایندهای رنگ خودروها شامل پی تی، ای بی دی، آستر و رویه انجام شده و با بکارگیری تکنولوژیهای روز قابلیت رنگهای متنوع خودرو در انواع مختلف ایجاد شده و برای دستیابی به کیفیت مناسب و یکنواخت رنگ انواع خودروها، ۲۳ ربات رنگ بکار گرفته شده است. با توجه به نقش حیاتی و استراتژیک این سالن، همواره پروژه هایی برای افزایش ظرفیت، نگهداری و روزآمد نمودن آن تعریف و اجرا گردیده است. بارزترین بهبود های صورت گرفته در این سالنها افزایش ظرفیت از ۲۵ دستگاه، به بیش از ۶۰ دستگاه در ساعت میباشد که این امکان را برای شرکت فراهم نموده، تیراژ تولید ۳ شیفت را در ۲ شیفت محقق نماید.

در حوزه کیفیت نیز شرکت پارس خودرو با الگو برداری از سیستمهای کیفی شرکتهای رنو و نیسان، کنترلها و ارزیابیهای مستمر شرکای تجاری و فعالیت های گسترده کیفی در شرکت، همواره تلاش نموده محصولات خود را با بهترین کیفیت ممکن به مشتریان ارائه نماید.

نشان های ۴ ستاره کیفی برای محصولات رنو شامل ساندر، استپ وی و پارس تندر، و ۳ ستاره کیفی برای تندر ۹۰ و گروه برلیانس و همچنین اخذ، استانداردهای مدیریت کیفیت از جمله ISO 9001 مبین این موضوع است. از امکانات و زیرساختهایی که در راستای تضمین و کنترل کیفیت بکار گرفته شده اند میتوان به آزمایشگاه CMM، مرکز ارزشیابی خودروهای شرکت، سالن روتوش متمرکز، مرکز تست جاده، مرکز اندازه گیری سه بعدی قطعات و مجموعه ها، مرکز تست تخریب، آزمایشگاه کنترل کیفیت رنگ که به عنوان آزمایشگاه مرجع سیلر، موفق به اخذ گواهینامه ISO/IEC 17025

و تاییده های لازم از شرکت رنو گردیده و بسیاری امکانات دیگر اشاره نمود.

در حوزه محیط زیست و انرژی شرکت پارس خودرو در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی خود همواره فعالیتها و پروژه هایی را در جهت حفظ و بهبود محیط زیست و مدیریت مصرف انرژی طرحریزی و اجرا نموده از جمله این اقدامات می توان به تصفیه خانه شرکت با ظرفیت تصفیه ۲۵۰۰ متر مکعب فاضلاب به صورت روزانه، تعریف پروژه های مدیریت مصرف بهینه منابع انرژی همچون برق و گاز و تعریف پروژه های بهبود شرایط مصرف آب و بازگشت آن به چرخه تولید و مصرف که ضامن حفظ محیط زیست و منابع آن خواهند بود اشاره کرد، در راستای اطمینان از فعالیتهای بهبود محیط زیست، استاندارد مدیریت زیست محیطی ISO 14001، استاندارد راهنمای ISO 14031، استاندارد مدیریت منابع انرژی ISO 50001 در شرکت پیاده سازی شده است. که تمامی فعالیتها و برنامه های زیست محیطی و انرژی شرکت پارس خودرو باعث شده این شرکت در زمره شرکتهای خوشنام نزد سازمان حفاظت محیط زیست و انرژی قرار گرفته و موفق به اخذ نشانها و تقدیرنامه ها در این زمینه شود.

اکنون خانواده بزرگ پارس خودرو با انتخاب شعار پیشرو در کیفیت و تعریف چشم انداز خوشنام ترین خودروساز منطقه تمامی اهداف و برنامه های خود را با اعتقاد به اصل رضایت مشتری با عرضه محصولات با کیفیت و ایمن و سازگار با محیط زیست طرح ریزی و اجرا می نماید تا در پرتوی لطف و عنایت الهی گامی موثر در مسیر فتح قله های موفقیت و افتخار بردارد.

لازم به ذکر است که منشور اخلاقی مجموعه پارس

خودرو نیز به شرح زیر می باشد:

***احترام؛**

الف - مشتریان

ما در فضایی آراسته و فاخر و آکنده از احترام، عدالت و انصاف، نیازها و انتظارات حال و آینده آنها را درک و برآورده می سازیم.

ب - کارکنان

ما با ایجاد فرصت های برابر، نهادینه کردن رویکردهای ساخت یافته و شبکه های ارتباطی باز، شفاف و صمیمی، شان، کرامت انسانی و شایستگیهای کارکنانمان را ارج مینهیم و با برقراری تعادل و ارتقای سطح زندگی شخصی - حرفه ای آن ها، حقوق فردیشان را به رسمیت میشناسیم.

ج - سهامداران

ما به منافع و انتظارات سهامدارانمان احترام میگذاریم و در کلیه تصمیم گیریها و فعالیتهایمان، حقوق و منافع اقتصادی آنها را در نظر می گیریم.

د - جامعه

ما منافع و حقوق نسلهای حال و آینده را در کلیه فعالیت هایمان در نظر می گیریم.

تعهد؛

الف - مشتریان

ما برای جلب رضایت مشتریان و تقویت وفاداریشان به پارس خودرو، خود را متعهد به عرضه خدمات و خودروهای با کیفیت میدانیم.

ب - کارکنان

ما خود را متعهد می دانیم که با مهیا کردن محیط کار پویا، مناسب و لذت بخش، شرایط رشد و شکوفایی شایستگی کارکنانمان را فراهم کنیم.

ج - سهامداران

ما خود را متعهد می دانیم که با ساختن مشارکت های ارزش افزا و ایجاد فرهنگ کارآفرینی در کلیه جنبه های سازمان، بهره وری و سودآوری سازمان را بیشینه نماییم.

د - جامعه

ما خود را متعهد به رعایت مسئولیتهای اجتماعی و قوانین و مقررات ملی و بین المللی مرتبط با صنعت خودرو می دانیم.

***نوآوری؛**

الف □ مشتریان

ما در خلق ارزش برای مشتریانمان، آخرین نتایج یادگیری از تجربیات ذینفعانمان و همچنین بدیع ترین تحولات مرتبط با صنعت خودرو را در نظر میگیریم.

ب - کارکنان

ما با استقرار بسترهای لازم برای گردش و به اشتراک گذاری دانش، اطلاعات و فرصت های یادگیری، از ایده ها و خلاقیت های کارکنانمان در تعیین و اجرای برنامه های سازمان استفاده می کنیم.

ج - سهامداران

ما از خلاقیت و نوآوری برای پاسخ دهی سریع به چالشهای پیش رو استفاده کنیم.

د - جامعه

ما بسترهای لازم به منظور تعمیق روابط و بهره مندی از ایده ها و نوآوریهای جامعه خود را فراهم می نماییم و متقابلاً از نتایج فعالیت های یادگیری خود برای بهبود جامعه، ارتقای خوشنامی و توسعه پایدار پارس خودرو استفاده می کنیم.

الف - مشتریان

ما بقای خود را در گرو جلب اعتماد و حفظ روابط بلند مدت و عمیق با مشتریانمان می دانیم.

ب - کارکنان

ما با تقویت اعتماد و صمیمیت در روابطمان، زمینه های لازم برای جلب مشارکت و همکاری اصلی ترین سرمایه سازمان یعنی کارکنانمان را فراهم می کنیم.

ج - سهامداران

ما با ارایه اطلاعات صحیح، شفاف و به موقع، محیط قابل اطمینانی برای سرمایه گذاری و مشارکت آنها فراهم می کنیم.

د - جامعه

ما با برقراری روابط مبتنی بر اعتماد متقابل و تعامل موثر با نهادهای قانونی و اجتماعی آنها را از فعالیت ها برنامه ها و عملکردهایمان آگاه می سازیم.



هدف از برگزاری جشنواره مشارکت اجتماعی در حوزه سلامت چیست؟ + فیلم

امیر حبیب اللهی

دکتر بیتا مهروی دبیر اجرایی جشنواره در خصوص اهداف جشنواره مشارکت اجتماعی در حوزه سلامت توضیحاتی را ارائه داد.



مصاحبه دکتر بیتا مهروی

تاثیر برگزاری جشنواره در توسعه فرهنگ مشارکت اجتماعی سلامت + فیلم

امیر حبیب اللهی

سید رضا جمشیدی دبیر کمیته روابط عمومی و رسانه جشنواره مشارکت اجتماعی در سلامت در این گفتگو تاثیر برگزاری جشنواره در توسعه فرهنگ مشارکت اجتماعی سلامت پرداخت را بیان کرد.



برای مشاهده فیلم مصاحبه اسکن کنید

دعوت دکتر جعفری برای شرکت در جشنواره مشارکت اجتماعی در حوزه سلامت + فیلم

امیر حبیب اللهی

- دکتر جعفری دبیر شورای سیاسی گذاری جشنواره برای شرکت در جشنواره مشارکت اجتماعی در حوزه سلامت در ابتدا از دانشگاهیان و دانش آموزان دعوت کرد



برای مشاهده فیلم این
مصاحبه اسکن کنید

امضای ۸ توافق نامه برای تاسیس مراکز نوآوری و رشد مشترک میان پارک نوآوری و فناوری صنعت نفت با

دانشگاهها و پارک های علم و فناوری کشور

امیر حبیب اللهی
آیدین ختلان، سرپرست پارک نوآوری و فناوری نفت و گاز گفت: این پارک دومین پارک تقاضا محوری است که تاسیس شده و می تواند در زمینه رفع نیازهای فناورانه دستگاههای اجرایی به واسطه واحدهای فناور فعالیت هایی داشته باشد.



برای مشاهده فیلم
مصاحبه اسکن کنید



رسانه مسؤلیت اجتماعے

<https://www.csrrasaneh.ir>



نخستین جشنواره مشارکت اجتماعی سلامت

آموزش، پژوهش و فناوری | هنری | محصولات خبری و رسانه ای | ایده ها و تجارب نوآورانه

ویژه عموم شهروندان، دانشجویان و دانش آموزان | محورهای جشنواره

کار داوطلبی | مسئولیت پذیری اجتماعی فردی و سازمانی | سرمایه گذاری اجتماعی
مشارکت اجتماعی در بحران ها | مشارکت اجتماعی از منظر دین، معنویت و اخلاق
موانع موجود در جلب مشارکت های عمومی

مهلت ثبت نام و ارسال آثار | مهر لغایت ۳۰ آذر ۱۴۰۰



دبیرخانه

social.behdasht.gov.ir

social@behdasht.gov.ir

شماره تماس ۰۲۱-۸۸۴۵۵۸۰۱

تهران، شهرک قدس، خیابان سیمای ایران، ستاد
مرکزی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

[sph.festival](https://www.instagram.com/sph.festival)

