

گزارش سیاستی ۳۲

## مسئولیت اجتماعی شرکتی، توسعه منطقه‌ای و توانمندسازی محلی



مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری

دفتر خدمات پژوهشی

مجموعه گزارش شماره ۳۵۳



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شناسه گزارش

عنوان	گزارش سیاستی ۳۲:
کد شناسه	۱۴۰۱-۵-۱۰۴۰۱
واحد ستادی	دفتر خدمات پژوهشی
پدیدآورندگان	رضوان استادعلی - روزبه کردونی
مشاور علمی	مهرداد نیکو
ناظر علمی	سعید غلامی نتاج امیری
طراح جلد	هومان حاجی ماشاءاله بزاز
ناشر	مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
تاریخ انتشار	تابستان ۱۴۰۱
مطالب این گزارش لزوماً بیانگر نظر رسمی سازمان برنامه و بودجه کشور و مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری نیست.	
حقوق معنوی اثر به پدیدآورندگان و حقوق مادی آن، به مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری سازمان برنامه و بودجه کشور تعلق دارد و استفاده از آن با ذکر مأخذ بلامانع است.	
آدرس: تهران - خیابان استاد نجات‌اللهی - خیابان استاد جعفر شهری (سپند) - پلاک ۱۶	
شماره تماس: ۰۲۱-۴۳۳۰۶۰۰۰	شماره پیام‌رسان: ۰۹۹۲۱۵۷۵۸۴۳
آدرس سایت: <a href="https://www.dfrc.ir/">https://www.dfrc.ir/</a>	

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
أ	خلاصه مدیریتی.....
۱	۱- زمینه بحث.....
۲	۱-۱- تعاریف مسئولیت اجتماعی.....
۵	۲-۱- مسئولیت اجتماعی و توسعه.....
۷	۲- تحلیل مسئله.....
۹	۳- توصیه‌های سیاستی.....
۱۸	۴- نتیجه‌گیری.....
۱۹	منابع.....

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۵	نمودار ۱: ابعاد مسئولیت اجتماعی.....
۱۳	نمودار ۲: تقسیم کار ملی - استانی در اجرای الگوی مسئولیت اجتماعی.....

## خلاصه مدیریتی

این گزارش به مسئله چگونگی هدفمند کردن منابع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و افزایش نقش‌آفرینی آنها در مسیر توسعه منطقه‌ای و افزایش رضایتمندی و توانمندسازی جوامع محلی می‌پردازد. همچنین بر اهمیت گفتمان‌سازی در این حوزه و ارائه سازوکاری به منظور اطمینان از مشارکت کنشگران ذی‌ربط و ذی‌نفع در فرایند تخصیص منابع مسئولیت اجتماعی و به کارگیری رویه‌های منصفانه در ارتباط با نیروی کار تأکید می‌نماید.

پس از تعریف اجمالی مسئولیت اجتماعی، چالش‌های موجود در زمینه استقرار نظام مسئولیت اجتماعی در ایران مبتنی بر فراتحلیل گزارش‌ها، پژوهش‌ها و دستورالعمل‌های ملی و بین‌المللی تحلیل شده‌اند. توصیه‌های سیاستی این گزارش معطوف به نحوه هزینه‌کرد منابع مسئولیت اجتماعی و راهکارهای اجرایی استقرار نظام مسئولیت اجتماعی می‌باشد. هدف آن است که کوشش شود منابع فعلی مسئولیت اجتماعی که توسط بنگاه‌ها در حال هزینه شدن است، به صورت شفاف، هدفمند در چارچوب اصول مسئولیت اجتماعی، هم‌افزا و مبتنی بر ضرورت‌های توسعه منطقه‌ای و توانمندسازی جوامع محلی، صورت گیرد.

گزارش پیش‌رو برای استقرار و اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، هفت برنامه اقدام را پیش‌بینی می‌کند:

۱- تعیین نهاد متولی مسئولیت اجتماعی

۲- ایجاد گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی

۳- تدوین الگوی استقرار مسئولیت اجتماعی و تدوین ابزارها، استانداردها و شاخص‌های توسعه استانی

۴- ارتقای گفتمان مسئولیت اجتماعی

۵- مشارکت ذینفعان

۶- اجرای الگوی مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها

۷- ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکتی





## ۱- زمینه بحث

به منظور دستیابی به پیشرفت و توسعه عدالت‌محور، افزایش رضایت‌مندی جوامع محلی و اجتناب از تکثیر حس تبعیض در مردم ساکن اطراف بنگاه‌های اقتصادی، توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کنار سازمان‌های عمومی دولتی و غیردولتی ضروری است. شرکت‌های بزرگ با گردش مالی گسترده، نقشی اساسی در توسعه جوامع بر عهده دارند. همچنین به منظور مبارزه با مشکلات امروزی، نمی‌توان تنها بر وظایف دولت‌ها، تعهدات قانونی شهروندان و شرکت‌ها اکتفا نمود. مسئولیت اجتماعی شرکتی، تلاشی است برای دستیابی به نوعی از توسعه که در آن تمام بازیگران جامعه، تعهدات و مسئولیت‌های خود را در قبال جامعه پذیرفته و در قبال آن عمل کنند. به عبارت دیگر، شهروندانی که در بنگاه‌ها مشغول به فعالیت هستند، مجموعه‌های حقوقی شهروند- شرکت را تشکیل می‌دهند که با عمل به مسئولیت‌های خود می‌توانند در توسعه نقش آفرین باشند.

ایجاد و گسترش بنگاه‌های اقتصادی، اگرچه منافع خصوصی و عمومی مستقیمی را برای افراد و جامعه دارد، همزمان می‌تواند زیان‌های غیرمستقیم یا اثرات تبعی (پیامدهای خارجی)<sup>۱</sup> برای جامعه به همراه داشته باشد. به عنوان مثال، پیامدهای خارجی شامل هزینه‌ها یا آسیب‌هایی است که بنگاه‌های اقتصادی به محیط‌زیست، اجتماع یا فرهنگ وارد می‌کنند. در این میان دولت‌ها باید با مقررات‌گذاری و از طریق دریافت مالیات و عوارض، پیامدهای خارجی بنگاه‌های اقتصادی را به حداقل رسانده و در مقابل با پرداخت یارانه و مشوق‌های اقتصادی، منافع اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی را به حداکثر برسانند. از سوی دیگر، تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی سبب می‌شود فعالیت‌های اقتصادی و مسیر سودآوری بنگاه با کمترین چالش در یک جامعه محلی، روبه‌رو باشد.

مروری بر تجارب موفق شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در هزینه‌کرد اعتبارات مسئولیت اجتماعی، بیانگر آن است که تعهد به ایفای اصول مسئولیت اجتماعی نه تنها باعث خوش‌نامی و ارتقای اعتبار و سرمایه اجتماعی آن بنگاه‌های اقتصادی شده است بلکه باعث افزایش سودآوری اقتصادی و جذب منابع مالی نیز گردیده است. امروزه حرکت در مسیر تحقق توسعه متوازن در تمامی ابعاد در گرو فعالیت‌های مسئولانه تمامی شهروندان و بنگاه‌ها به همراه دولت است. بر این اساس، بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند در ایجاد یک زندگی با کیفیت و ایمن برای بخش‌های مختلف جامعه با انجام مسئولیت‌های اجتماعی خویش راهگشا باشند.

با وجود این، در سال‌های گذشته مقوله مسئولیت اجتماعی با تعارضات مفهومی و فقدان تبیین مورد اجماع مواجه بوده است و اقدامات پراکنده‌ای که بنگاه‌های اقتصادی در جهت ایفای مسئولیت اجتماعی خود انجام

---

1. Externality

داده‌اند در راستای برنامه توسعه استان‌ها یا کشور نبوده، در ایجاد توانمندسازی و رضایتمندی جوامع محلی کمتر مؤثر بوده و ارزیابی و پایش مبتنی بر شواهد از میزان کارآمدی و شفافیت آن نیز وجود ندارد. تأکید بر موضوع رضایتمندی و توانمندسازی جوامع محلی از این رو حائز اهمیت است که تحقیقات دانشگاهی به‌علاوه مطالعات میدانی و واکاوی برخی تجمعات اعتراضی صورت گرفته، در مناطقی که محل استقرار شرکت‌های ملی و بنگاه‌های اقتصادی هستند، نشان می‌دهد در این مناطق، حس تبعیض و بی‌عدالتی مشهود است.

هم‌اکنون با آنکه برخی شرکت‌ها به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی می‌پردازند؛ اما آسیب‌شناسی از وضع موجود نشان می‌دهد که این اقدامات، برنامه‌پذیر و نظارت‌پذیر نبوده و همچنین بعضاً در راستای معضلات و تحقق اهداف توانمندسازی جامعه محلی و شاخص‌های توسعه منطقه‌ای نیز نیست. نکته مهم دیگر، این است که تاکنون در حوزه مسئولیت اجتماعی سیاست‌گذاری مدونی در برنامه‌های توسعه نداشته‌ایم. چنانکه در زمینه تشویق شرکت‌ها به کنشگری در حوزه توسعه خلأ قانونی و سیاست‌گذاری داریم. همچنین باید به این موضوع اشاره شود که چالش مهم دیگر در حوزه مسئولیت اجتماعی آن است که گزارش‌های مبتنی بر استانداردهای گزارش‌نویسی از رویه‌ها، میزان منابع و همچنین ارزیابی از تأثیرگذاری اقدامات مسئولیت‌های اجتماعی بر رفع معضلات مناطق وجود ندارد؛ به عبارت دیگر، ایفای مسئولیت‌های اجتماعی غالباً به صورت جزیره‌ای صورت می‌گیرد.

بر همین اساس، ایجاد یک الگوی بومی و استانی استقرار مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به منظور توسعه منطقه‌ای و سیاست‌گذاری در این زمینه، نظارت و پالایش این فعالیت‌ها و ارائه گزارش‌های دوره‌ای، ضرورتی غیر قابل انکار در زمینه ارتقاء توسعه متوازن استان‌ها است. گزارش سیاستی پیش رو به مسئله هدفمند کردن مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دولتی، نیمه‌دولتی و خصوصی در راستای توسعه استان‌ها و ساز و کارهای الزامی کردن استقرار نظام مسئولیت اجتماعی می‌پردازد.

## ۱-۱- تعاریف و ابعاد مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی دربرگیرنده تعاریف مختلف است. توجه به الزامات مدیریتی در اداره بنگاه‌های اقتصادی و شرکت‌ها برای هماهنگ کردن منافع سازمان<sup>۱</sup> با رفاه و توانمند کردن اجتماع، تعهد به پیامدهای تصمیم‌گیری‌های شرکت و بنگاه بر محیط‌زیست و اجتماع پیرامون، تلاش برای یک شرکت متعهد، ارزیابی موفقیت یک شرکت یا بنگاه بر مبنای معیارهای فراقضایی، اجتماعی و محیط‌زیستی و همچنین ادغام متغیرهای اجتماعی و محیط‌زیستی در استراتژی‌های تجاری از جمله تعاریف مورد توجه مسئولیت اجتماعی

۱. در این گزارش واژه سازمان معادل شرکت و بنگاه اقتصادی استفاده شده است.

است. مسئولیت اجتماعی در سطح فردی یا شرکتی مرتبط با تعهد به برقراری توازن میان منفعت‌جویی اقتصادی و حفظ محیط پیرامون می‌باشد. مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی با چنین رویکردی، ابزاری برای دستیابی به توسعه متوازن و پایدار و انجام فعالیت‌های تجاری کمتر آسیب‌زا و منتهی به حفظ منافع جمعی است. مهم‌ترین عنصر مشترک این مفهوم، دغدغه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی در فرایندهای تجاری و تعامل با سهامداران و ذی‌نفعان به گونه‌ای داوطلبانه است. مسئولیت اجتماعی، فراتر از معنای برآورده کردن انتظارات حقوقی بوده و سرمایه‌گذاری بیشتر در محیط‌زیست و روابط با ذی‌نفعان را در برمی‌گیرد. مسئولیت یک سازمان در قبال پیامدهای خارجی تصمیمات و فعالیت‌هایش بر جامعه و محیط‌زیست از طریق رفتار شفاف و اخلاقی به اشکال زیر محقق می‌شود:

- مشارکت در توسعه پایدار مانند سلامت و رفاه جامعه؛
- در نظر گرفتن انتظارات ذی‌نفعان؛
- مطابقت با قوانین لازم الاجراء و هنجارهای رفتاری بین‌المللی؛
- نهادینه و اجرا شدن در سراسر سازمان و ساری شدن بر تمامی روابط آن؛
- تعهد به اجرای بهینه رویه‌های مرتبط با نیروی کار؛
- تعهد به تحقق رویه‌های کاری منصفانه؛
- جلب مشارکت و توسعه جوامع محلی؛
- تعهد به ایفای حقوق مصرف‌کننده.

در این میان پیرامون مقوله مسئولیت اجتماعی، اصولی مهم قابل ذکر است که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

- ۱- پاسخگویی: یک سازمان بهتر است در مورد پیامدهای خارجی فعالیت‌های خود بر جامعه، اقتصاد و محیط‌زیست و اقدامات پیشگیرانه برای تکرار آنها پاسخگو باشد. توصیه می‌شود که سازمان‌ها و شرکت‌ها نظارت مناسب و وظیفه پاسخگویی به آن را عهده‌دار شوند.
- ۲- شفافیت: یک سازمان بهتر است در مورد پیامدهای خارجی سیاست‌ها و فعالیت‌های خود بر جامعه و محیط‌زیست به گونه‌ای آشکار و شفاف عمل کند و تصمیمات منجر به این پیامدها و دامنه و میزان آنها را اعلام نماید. این اطلاعات بهتر است به آسانی برای ذی‌نفعان کنونی یا آینده سازمان قابل استفاده و

مستقیماً در دسترس باشد.<sup>۱</sup> همچنین بهتر است به موقع و مستند بوده و به گونه‌ای ارائه شوند که ذینفعان امکان ارزیابی دقیق پیامدهای خارجی سازمان بر منافع خود را داشته باشند.

۳- رفتار اخلاقی: توصیه می‌شود رفتار یک سازمان بر اساس اصول اخلاقی صداقت، عدالت و درستی باشد. این اصول اخلاقی نشان‌دهنده اهمیتی است که سازمان برای ذینفعان خود و محیط‌زیست داشته و برای فعالیت‌های خود به منظور منافع ذینفعان متعهد است.

۴- رعایت منافع ذینفعان: توصیه می‌شود سازمان، منافع ذینفعان خود را رعایت کرده و نسبت به آنها پاسخگو باشد. یک سازمان بهتر است که ذینفعان خود را شناخته، از منافع و نیازهای آنها آگاه و نسبت به نگرانی‌های ابراز شده از جانب آنها پاسخگو باشد. همچنین توصیه می‌شود سازمان امکان تماس مؤثر ذینفعان با خود را فراهم کرده و میزان مشارکت و اثرگذاری ذینفعان را ارزیابی نماید.

۵- رعایت حاکمیت قانون: توصیه می‌شود سازمان به رعایت حاکمیت قانون متعهد باشد؛ به عبارت دیگر فعالیت‌های سازمان باید با تمام قوانین و مقررات کشور مطابقت داشته باشد و سازمان در جهت آگاهی از آنان گام برداشته و اعضای خود را نسبت به آنها آگاه سازد. در نهایت سازمان باید به صورت دوره‌ای به بازنگری رفتارهای خود نسبت به قوانین و مقررات کشور بپردازد.

۶- رعایت هنجارهای ملی و بین‌المللی: توصیه می‌شود که سازمان ضمن رعایت حاکمیت قانون، هنجارهای رفتاری ملی و بین‌المللی را رعایت کند. در شرایطی که قانون نمی‌تواند حمایت کافی از محیط‌زیست و جامعه را فراهم کند، بهتر است سازمان تلاش کند تا حداقل هنجارهای رفتاری اخلاقی یا بین‌المللی را رعایت نماید.

۱. در دسترس کسانی که تحت تأثیر اقدامات سازمان هستند یا خواهند بود باشد.



نمودار ۱: ابعاد مسؤلیت اجتماعی

## ۱-۲- مسؤلیت اجتماعی و توسعه

مفهوم مسؤلیت اجتماعی و مقوله توسعه پایدار ارتباط نزدیکی با هم دارند. توسعه دارای چهار بخش اقتصادی، اجتماعی، محیط زیستی و فرهنگی بوده و معطوف به رفع نیازهای جامعه از طریق در نظر گرفتن محدودیت‌های بومی و محیط زیستی است، البته بدون آنکه توانایی نسل‌های بعدی در رفع نیازهای نسل حاضر به خطر افتد. مسؤلیت اجتماعی بر مسؤلیت یک سازمان در قبال جامعه و محیط‌زیست تمرکز دارد. مسؤلیت اجتماعی به میزان زیادی به توسعه مربوط است. با توجه به اینکه توسعه پایدار به اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی مشترک تمام انسان‌ها مربوط می‌شود، پس می‌تواند به عنوان روشی برای جمع‌بندی انتظارات وسیع جامعه از سازمان به کار رود و موارد کلی را که سازمان‌ها برای رفتار اجتماعی مسئولانه مد نظر قرار می‌دهند، روشن کند. بنابراین یکی از اهداف مسؤلیت اجتماعی، سهیم شدن در فرایند توسعه است. همچنین یک سازمان با تصمیم‌ها و اقدامات مسئولانه خود می‌تواند از لحاظ اجتماعی نیز سهم قابل توجهی در توسعه پایدار داشته باشد. تعهد بنگاه‌های اقتصادی به اجرای مسؤلیت اجتماعی به معنای رفتار مسئولانه و مشارکت فعال در فرایند توسعه پایدار و کمک به پایداری اجتماعی، اقتصادی، محیط‌زیستی و سیاسی است. ایفای مؤلفه‌های

مرتبط به مسئولیت اجتماعی؛ یعنی انجام تعهدات بنگاه اقتصادی به رفاه جامعه و محیط‌زیست و همچنین تلاش مؤثر برای ایجاد عدالت اجتماعی و توانمندی جامعه محلی. در این میان دقت در این واقعیت هم مهم است که عملکرد یک بنگاه و شرکت اقتصادی می‌تواند برای خود آن بنگاه نیز مزیت رقابتی، شهرت و اعتبار، توانایی جذب و حفظ کارگران یا اعضا، مشتریان و کاربران، حفظ روحیه کارکنان، تعهد و بهره‌وری و جلب رضایت و حمایت سرمایه‌گذاران، مالکان، اهداکنندگان، حامیان مالی و جامعه مالی و ارتقای روابط با شرکت‌ها، دستگاه‌های دولتی و رسانه‌ها را ایجاد کند. نکته دیگری که به آن باید تأکید شود این است که محدوده عمل ایفای مسئولیت‌های اجتماعی محدود به اقدامات زیربنایی نیست بلکه مسئولیت‌های اجتماعی طیف گسترده‌ای از اقدامات را شامل می‌شود.

## ۲- تحلیل مسئله

با آنکه مفهوم مسئولیت اجتماعی یک کلیدواژه مهم در حکمرانی شرکتی به شمار می‌رود و در ادبیات و گفتار مسئولین، مدیران شرکت‌ها و حوزه عمومی، حضور پر بسامد این مفهوم مشاهده می‌شود؛ اما مبتنی بر مشاهدات میدانی و فراتحلیل گزارش‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی و تحلیل محتوای سخنان و عبارات بیان شده در این خصوص، می‌توان ادعا کرد که حتی نظام گزارش‌دهی استاندارد مسئولیت اجتماعی در ایران هنوز در سطوح منطقه‌ای و ملی استقرار نیافته است. از سوی دیگر اقدامات پراکنده‌ای که بنگاه‌های اقتصادی در جهت ایفای مسئولیت اجتماعی خود انجام داده‌اند، در راستای برنامه توسعه استان‌ها یا شاخص‌های استاندارد مسئولیت اجتماعی و مبتنی بر جلب رضایت جوامع محلی نبوده است. با اینکه بعضاً تجارب به نسبت موفق‌تری مشاهده می‌شود؛ اما بیراه نیست اگر گفته شود بنگاه‌های اقتصادی در ایران هنوز به بلوغ جبران خسارت‌های خود به جوامع پیرامونی نرسیده‌اند و این در حالی است که تخمین دقیقی از خساراتی که از جانب آنها به جوامع محلی وارد می‌شود نیز وجود ندارد. همه این‌ها در حالی است که می‌توان مصادیقی نیز برشمرد که فعالیت‌های شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی ملی در مناطق مختلف به دلیل عدم ایفای صحیح مسئولیت اجتماعی، باعث بروز حس بی‌عدالتی و تبعیض و احساس خسران در جامعه محلی نیز شده است.

از سوی دیگر در غیاب تکالیف حقوقی و قانونی، وجود ناهماهنگی‌های عمیق افقی و عمودی، همچنین فقدان مهارت‌ها و استانداردهای قابل ارزیابی در تخصیص منابع مرتبط با مسئولیت اجتماعی، تصویر روشنی از نحوه تخصیص این اعتبارات نیز وجود ندارد. برای استقرار و الزامی شدن نظام مسئولیت اجتماعی، سازوکار قانونی وجود ندارد. در مناطق و استان‌ها برای اجرای مسئولیت اجتماعی، رویه یکسانی نیست و سازوکار قانونی و شفاف برای هدفمند کردن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها جهت اهداف توسعه منطقه‌ای مشخص نشده است. اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، هم‌افزا، برنامه‌دار، نظام‌مند و نظارت‌پذیر نمی‌باشد. توزیع منابع بخشی و منطقه‌ای مسئولیت اجتماعی، قاعده‌مند نیست و تأثیر اقدامات انجام شده بر شاخص توسعه استان‌ها، قابل ارزیابی نیست.

از سوی دیگر یکی از چالش‌های مهم در استقرار نظام مسئولیت اجتماعی شرکتی، وجود تعدد نهادهای بالادستی در ارتباط با یک شرکت است. برای نمونه یک شرکت وابسته به وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی یا وزارت نفت یا وزارت نیرو در عین حال که نسبت به مسئولین ارشد وزارتخانه و سهام‌داران آن شرکت باید پاسخگو باشد در سطح محلی نیز با مجموعه متنوعی از مدیران از استاندار، فرماندار، بخشدار، شهردار، امام جمعه و رئیس منطقه ویژه (در برخی موارد) مرتبط و باید در تعامل باشد. این مجموعه متنوع نهادها که در سطوح افقی و عمودی با یک شرکت در ارتباط هستند، در صورتی که از یک سیاست واحد و هماهنگ در حوزه

مسئولیت اجتماعی تبعیت نکنند، عملاً خود به عنوان اصلی‌ترین مانع در اجرای دقیق و کاربردی مسئولیت اجتماعی تبدیل می‌شوند.

درنهایت، یکی از موانع جدی در اجرایی شدن مسئولیت اجتماعی در کشور، ضعف گفتمانی و عدم ادراک و فهم صحیح از مسئولیت اجتماعی و فقدان تعریف روشن از نحوه ارتباط ساختارمند، سیستم اجرایی و شرکت‌های مشمول هزینه کرد اجتماعی است. علاوه بر موضوع تبیین مفهومی مقوله مسئولیت اجتماعی، تدوین شاخص‌های مدنظر برای دریافت گزارش‌های استاندارد پیرامون مسئولیت اجتماعی، استقرار نظام مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های تابعه، تدوین یک نقشه راه برای ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین شرکت‌های تابعه در تخصیص اعتبارات مسئولیت اجتماعی، تدوین شاخص‌های ارزیابی برای راستی آزمایی میزان تحقق اهداف تعیین شده در حوزه مسئولیت اجتماعی در کنار تدوین یک گزارش دقیق از وضعیت شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی توسعه در سطح استان و منطقه با تمرکز بر موضوعات رفاهی، هرکدام نیازمند انجام پژوهش‌های کاربردی و مطالعات دقیق سیاست‌پژوهانه هستند که باید در کنار استقرار نظام مسئولیت اجتماعی، در حوزه پژوهشی آن مدنظر باشند.



### ۳- توصیه‌های سیاستی

۱- تعیین نهاد متولی مسئولیت اجتماعی: یکی از چالش‌های مهم در حوزه مسئولیت اجتماعی، تعدد و تکثر ذی‌نفعان مدیریتی، اداری و اجرایی از یکسو و مشخص نبودن متولی معین دارای اختیار قانونی برای پیگیری امور مرتبط با این حوزه از سوی دیگر است. با اینکه بعضاً دیده می‌شود برخی سازمان‌ها،<sup>۱</sup> وزارتخانه‌ها و شرکت‌ها شیوه‌نامه مربوط به حوزه فعالیت‌های خود در مسئولیت اجتماعی را تدوین کرده‌اند؛ اما تعیین یک نهاد، به‌ویژه در سطح استان‌ها برای ایجاد هماهنگی میان دولت و شرکت‌ها و هدفمند کردن منابع مسئولیت اجتماعی ضروری است. با توجه به ارتباط موضوعی مفهوم مسئولیت اجتماعی و توسعه جوامع، پیشنهاد می‌شود شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان که شامل بازیگران و ذینفعان مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی است، نقش هدایت منابع مسئولیت اجتماعی برای توسعه استان<sup>۲</sup> را بر عهده بگیرد.

باید تأکید شود در سطح عمودی وجود تفاهم و هماهنگی‌های اجرایی بین دستگاه‌ها و نهادهای ملی مانند سازمان برنامه و بودجه کشور، وزارتخانه ذی‌ربط و در سطح استانی استاندار، شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان) و در سطح منطقه و شهرستان شرکت «مشمول موضوع ارتقای شفافیت و اثرگذاری اعتبارات مسئولیت اجتماعی» ضروری است. بر این اساس با توجه به اینکه رئیس شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان، استاندار هر استان است؛ توصیه می‌شود موضوع نقش‌آفرینی و مأموریت شورا در حوزه مسئولیت اجتماعی، با حکم مشترک وزیر کشور و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور به استان‌ها ابلاغ گردد.

همچنین تنظیم هماهنگی افقی و عمودی بین مدیران شرکت و سایر ذی‌نفعان و ذی‌ربطان در سطح محلی و منطقه‌ای، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر و یک فرایند دشوار است که فقط از مسیر یک سیاست‌گذاری تعاملی و فرایند حمایت‌طلبی محقق می‌شود. بر این اساس پیشنهاد می‌شود یک نماینده تام‌الاختیار با حکم استاندار استان، مسئولیت پیگیری استقرار این نظام مسئولیت اجتماعی را به عهده داشته باشد.

۲- ایجاد «گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی» در شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان: به منظور ایجاد ارتباط ساختارمند بین شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان و شرکت‌ها توصیه می‌شود شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان گروه کاری مسئولیت اجتماعی را ذیل کارگروه اقتصادی، اشتغال و سرمایه‌گذاری ایجاد نماید.<sup>۳</sup>

۱. در این خصوص می‌توان به ابتکار سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خوزستان برای تدوین این شیوه‌نامه در حوزه ساماندهی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در آن استان اشاره کرد.

۲. بر اساس آیین‌نامه اجرایی شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان (مصوب ۱۳۹۸) و وظایف و اختیارات مندرج در بند (ب) ماده (۳۱) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور (مصوب ۱۳۹۵).

۳. آیین‌نامه اجرایی شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان ماده ۴ تبصره ۱: کارگروه‌ها می‌توانند با تصویب شورا، به تناسب موضوع گروه کاری ایجاد کنند.

توصیه می‌شود گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی شامل افرادی با تخصص‌های مختلف، به‌ویژه در حوزه مسئولیت اجتماعی، توسعه منطقه‌ای و سیاستگذاری اجتماعی باشد. در این گروه کاری حضور نمایندگان اتاق‌های بخش خصوصی و تعاون، نمایندگان تام‌الاختیار عالی‌ترین مقام اجرایی، نمایندگان جوامع محلی و یک نماینده از شرکت‌های مشمول این موضوع توصیه می‌شود. با توجه به اینکه یکی از مراجع دریافت دغدغه‌ها و مطالبات جوامع محلی از شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، نمایندگان مجلس شورای اسلامی هستند، پیشنهاد می‌شود در گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان نیز سازوکاری برای مشارکت نمایندگان مجلس یا نمایندگان تام‌الاختیار آنها فراهم شود. تعیین این سازوکار در هر استان بسته به شرایط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، تعداد نمایندگان استان در مجلس و تعداد و توزیع جغرافیایی شرکت‌ها در آن استان، متفاوت خواهد بود.

- گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی، پیش‌نویس مصوبه‌ای مبنی بر الزام تبعیت شرکت‌ها از شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان در حوزه مسئولیت اجتماعی را به کارگروه اقتصادی شورا پیشنهاد می‌دهد.
- این گروه کاری وضعیت موجود و مطلوب استان را بر اساس شاخص‌های توسعه استان (بر اساس بند ۳ توصیه‌های سیاستی این گزارش) تهیه کرده و به شرکت‌ها ارائه می‌دهد. شناخت دقیق از وضعیت توسعه‌ای منطقه محلی، مطالبات جامعه محلی، دیدگاه‌های گروه‌های ذی‌ربط، ذی‌نفع به عنوان یک اصل بی‌بدیل برای مؤثر بودن هزینه‌کرد اعتبارات در حوزه مسئولیت اجتماعی است. بر این اساس باید همه این موارد توسط گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی احصاء و در اختیار سیاست‌گذاران موضوع مسئولیت اجتماعی قرار گیرد. این گزارش توسعه‌ای منطقه می‌تواند چارچوب شناختی مناسبی برای هدفگذاری در حوزه مسئولیت اجتماعی ایجاد کند. بر همین اساس، گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی مسئول تدوین شناسنامه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی منطقه بر اساس شاخص‌های تعیین شده و تدوین گزارش شناخت از گروه‌های ذی‌نفع، ذی‌ربط، مشتریان، سهامداران و کارمندان شرکت‌های استان است.
- این گروه کاری رابط میان شرکت‌ها و شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان بوده و گزارش‌های وضع موجود، مطلوب و استقرار مسئولیت اجتماعی<sup>۱</sup> را از شرکت‌ها دریافت می‌کند.
- الگوی استقرار مسئولیت اجتماعی، موضوع بند ۳ توصیه‌های سیاستی این گزارش، توسط گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی استان ویرایش، برای استان بومی‌سازی شده و به شورای برنامه‌ریزی و توسعه

۱. این گزارش از طرف شرکت‌ها بوده و با گزارش‌های استانی متفاوت است.

جهت تصویب فرستاده می‌شود. این الگو باید از طریق استانداردار و وزیر کشور با وزارتخانه‌های سهام‌دار/ متولی آن شرکت‌ها مورد مشورت و سپس ابلاغ به آنها قرار گیرد.

موضوع مسؤلیت اجتماعی نباید در تضاد و تعارض با سودآوری اقتصادی و حکمرانی صحیح شرکتی و بنگاهداری عالمانه قرار گیرد. بر همین اساس ضرورت دارد گروه کاری توسعه و مسؤلیت اجتماعی با همکاری مجموعه مدیریتی ارشد استان و مجموعه‌های سهامداری شرکت‌ها، بسته‌های تشویقی برای شرکت‌هایی که در حوزه مسؤلیت اجتماعی، مشارکت و فعالیت دارند، تدوین و ارائه نمایند. علاوه بر این، ترویج این مهم که توسعه، توانمندی و رضایتمندی جامعه محلی، رکن رکین در تضمین سودآوری اقتصادی و ملاک ارزیابی مدیران شرکت و الزام سیاستی برای آنها می‌باشد، ضروری است.

نکته مهمی که در این گزارش هم بارها به آن اشاره شده این است که هدف از تدوین نظام مسؤلیت اجتماعی در شرکت‌ها، ایجاد شفافیت، هدفمند و مؤثر کردن اعتبارات مسؤلیت اجتماعی است که شرکت‌ها هم‌اکنون، در حال هزینه کردن آن هستند. با نهادینه شدن این رویکرد، موضوع اجبار به هزینه‌کرد در مسؤلیت اجتماعی توسط شرکت، یک مسئله فرعی خواهد شد.

ترویج این نکته که تدوین نظام مسؤلیت اجتماعی شرکتی باعث می‌شود که مدیران و سهامداران شرکت‌ها نه تنها از مزایای تخصیص اعتبار در این حوزه بهره‌مند شوند (هم با کسب رضایت جامعه محلی و هم با دریافت بسته تشویقی از مدیریت‌های ارشد اجرایی در سطح استان و منطقه) و همچنین می‌توانند در مقابل فشارهای پیدا و پنهان برای هزینه‌کرد غیرشفاف این اعتبارات، مقاومت کنند می‌تواند مفید باشد.

ارائه گزارش‌های ادواری پیشرفت از جانب گروه کاری توسعه و مسؤلیت اجتماعی به همه ذی‌ربطان و ذی‌نفعان مؤثر و اعتمادآفرین است؛ چنانکه پیشنهاد می‌شود در دستور کار این گروه کاری باشد.

۳- ارائه الگوی استقرار مسؤلیت اجتماعی و تدوین ابزارها، استانداردها و شاخص‌های توسعه منطقه‌ای استان: با توجه به اینکه هرگونه سیاست‌گذاری در حوزه مسؤلیت اجتماعی باید مبتنی بر شناخت دقیق از وضعیت موجود هزینه‌کرد اعتبارات توسط شرکت‌های مستقر در منطقه باشد باید استانداردهای دقیق و علمی برای دریافت گزارش از وضعیت مسؤلیت اجتماعی تدوین و مطابق با آن استانداردها، گزارش وضع موجود هزینه‌کرد مسؤلیت اجتماعی از همه شرکت‌های مشمول این موضوع دریافت شود. با توجه به مأموریت و رسالت سازمان برنامه و بودجه در ارتباط با مدیریت و راهبری توسعه کشور، توصیه می‌شود بازوی پژوهشی این سازمان، به تدوین ابزارها و استانداردهای مسؤلیت اجتماعی شرکت‌ها و توسعه استان‌ها در سرفصل‌های

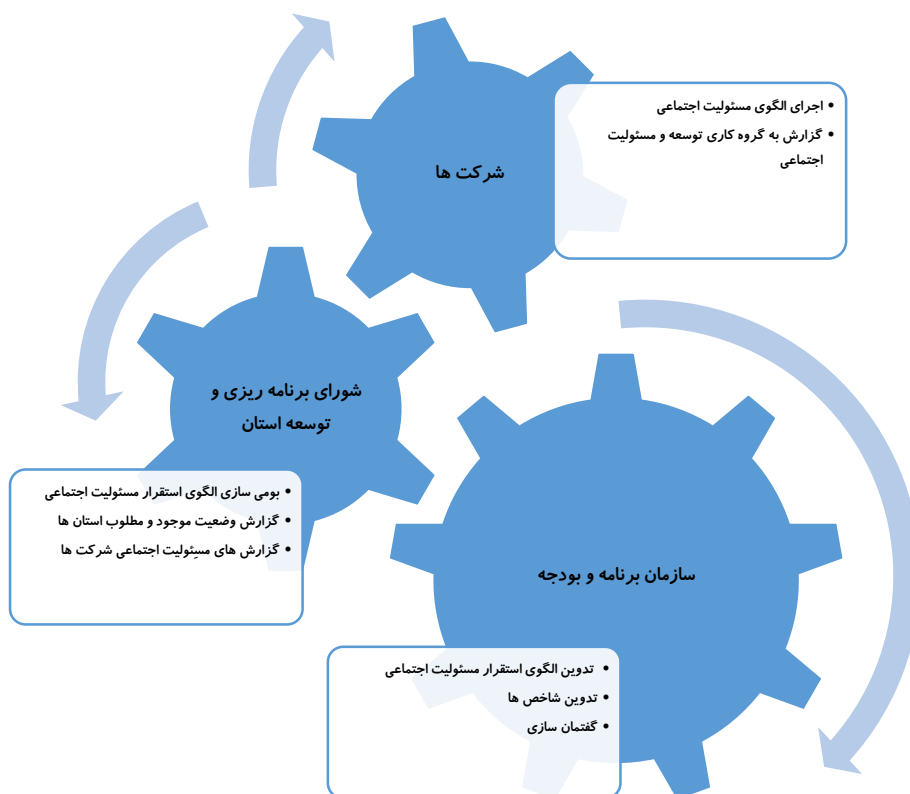
زیر بپردازد و سپس آن را به شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان‌ها برای ویرایش، بومی‌سازی، تصویب و ابلاغ ارسال کند:

- شناسایی و احصای کلیه اسناد بالادستی مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی
- تدوین ابزارها و استانداردهای تعیین وضع موجود مسئولیت اجتماعی شرکت‌های استان
- تدوین ابزارها و استانداردهای تعیین وضع مطلوب مسئولیت اجتماعی شرکت‌های استان
- تعیین و تدوین شاخص‌های توسعه اجتماعی اقتصادی استان و مناطق مرتبط (مبتنی بر اسناد توسعه استان و سند آمایش سرزمین و ...) و تعیین رتبه کشوری
- ارائه راهکارها برای فرایند تخصیص منابع به جامعه هدف با توجه به شاخص‌های توسعه استان (نحوه مدیریت منابع، منابع تجمیعی یا منفرد)

۴- ارتقای گفتمان مسئولیت اجتماعی: ضروری است هم در سطح ملی (سازمان برنامه و بودجه) و هم در سطح استانی (مسئولین ارشد اجرایی استان و سایر افراد مؤثر) ضمن تبیین علمی و دقیق مفهوم مسئولیت اجتماعی، اجرای دقیق، شفاف و هدفمند آن را به عنوان یک مطالبه از شرکت‌های مستقر در استان بیان کنند و تلاش شود یک گفتمان فراگیر در این خصوص شکل گیرد. مهم است تبیین اهداف و ابعاد مفهوم مسئولیت اجتماعی از سوی مسئولین ذی‌ربط به صورت هماهنگ و هم‌افزا صورت گیرد تا از تشدید تعارضات مفهومی در این خصوص اجتناب شود. ارتقای گفتمان مسئولیت اجتماعی و تبیین مفهومی این مقوله یک الزام مهم برای موفقیت در اجرای نظام‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. در این راستا ضروری است تبیین علمی و دقیق و مورد اجماع از این مفهوم (با توجه به معیارهای بین‌المللی، ملی، ایرانی و دینی) ارائه شود. تبیین این مفهوم ضمن آنکه به تفاهم گفتمانی و ذهنی پیرامون این مفهوم کمک می‌کند، می‌تواند در سطح استان یاریگر آن باشد که شفافیت و اثرگذاری در تخصیص منابع مسئولیت اجتماعی (که هم‌اکنون در حال تخصیص است) به عنوان یک مطالبه عمومی، بیان شود.

- ضمن استفاده از منابع و اسناد بالادستی (ملی و بین‌المللی) ضروری است در یک فرایند گفت‌وگومحور از همه ذی‌ربطان و ذی‌نفعان در بخش خصوصی مانند اتاق بازرگانی، اتاق اصناف، اتاق تعاون، جامعه کارفرمایان و همچنین دستگاه‌ها و وزارتخانه‌های سهام‌دار شرکت‌ها و حتی دستگاه‌های مسئولی مانند سازمان ملی استاندارد، احصاء و اخذ دیدگاه‌ها، انتظارات و مطالبات انجام پذیرد.

- باید دقت شود جلب مشارکت و توسعه جامعه محلی، مسائل مرتبط با مصرف‌کننده و ذی‌نفعان، رویه‌های کاری منصفانه، محیط‌زیست، رویه‌های مرتبط با نیروی کار، همه از محورهای مهم مسئولیت اجتماعی هستند؛ بنابراین باید از تقلیل مفهوم مسئولیت اجتماعی به تأمین منابع مالی، اجتناب کرد.
- در مسیر شکل‌گیری گفتمان‌سازی باید دقت شود مسئولیت اجتماعی نمی‌تواند و نباید جایگزین دولت در اقدام برای تأمین منافع عمومی، حرکت به سمت توسعه و مبارزه با فقر گردد. نیاز به توسعه و مبارزه با فقر از طریق عملکرد صحیح و کارآمد دولت‌ها ضروری و اجتناب‌ناپذیر است؛ بنابراین ترویج و ارتقای مسئولیت اجتماعی نمی‌تواند جایگزینی برای انجام صحیح وظایف دولت و ایفای مسئولیت آن باشد.
- تدوین یک گزارش مبتنی بر تبیین مفهومی مقوله مسئولیت اجتماعی و تلاش برای گفتمان‌سازی در این حوزه می‌تواند توسط بازوی پژوهشی سازمان برنامه و بودجه و با همکاری ذی‌نفعان و ذی‌ربطان انجام گیرد تا در صورت تأیید توسط سازمان برنامه و بودجه به همه استان‌ها ابلاغ شود. بدیهی است که در فرایند تدوین این گزارش مشارکت همه استان‌ها می‌تواند با اهمیت باشد.



نمودار ۲: تقسیم کار ملی- استانی در اجرای الگوی مسئولیت اجتماعی

۵- مشارکت تمام ذینفعان: توصیه می‌شود در تمام مراحل پژوهشی و اجرایی، همه ذینفعان در فرایند سیاست‌گذاری مشارکت داشته باشند. در این خصوص توجه به موارد زیر می‌تواند مفید باشد:

- توصیه می‌شود استاندار استان متبوع، در همان ابتدای مسیر با وزارتخانه و سایر ذینفعان مکاتبه و نماینده تام‌الاختیار مجموعه ذینفعان را در فرایندهای پژوهشی و اجرایی مرتبط با مسئولیت اجتماعی مداخله دهد. انعقاد تفاهم‌نامه بین استانداری و وزارتخانه متبوع و ابلاغ مشترک آن به شرکت‌ها، راهکاری است که می‌تواند شانس موفقیت در این موضوع را به صورت معناداری افزایش دهد.
- در صورتی که برخی شرکت‌ها دارای ذینفعانی باشند (مانند بازنشستگان در شرکت‌های مرتبط با وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی) که حضور نمایندگان آنها نیز مؤثر خواهد بود.

۶- اجرای الگوی استقرار نظام مسئولیت اجتماعی شرکتی: شرکت‌های مشمول این موضوع به‌ویژه شرکت‌های دولتی و وابسته به نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی باید مبتنی بر شاخص‌ها و استانداردهای ابلاغ شده توسط «گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی» ملزم شوند نظام‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکت متبوع را در یک بازه زمانی مشخص طراحی، تدوین و اجرا نمایند و به گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان گزارش کنند. همچنین شرکت‌ها موظفند گزارش وضعیت موجود و مطلوب مسئولیت اجتماعی را با توجه به مؤلفه‌های پیرامند ۱ تدوین کرده و به گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی ارسال نمایند. نظام‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکتی، با توجه به مؤلفه‌های شرکت، وضعیت اجتماعی، اقتصادی و رفاهی جامعه محلی، شاخص‌های توسعه منطقه‌ای و با توجه به نکات زیر تدوین خواهد شد:

- جامعیت ذینفعان: <sup>۱</sup> هر بنگاه اقتصادی ملزم به شناسایی ذینفعان و ارائه توضیحاتی در خصوص چگونگی برآورده ساختن انتظارات معقول <sup>۲</sup> و خواسته‌های آنان است؛ بنابراین باید در گزارش وضعیت موجود این محور به صورت دقیق ارائه شود. ذینفعان می‌توانند افرادی باشند که با بنگاه اقتصادی در ارتباط بوده و یا در بنگاه اقتصادی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. انتظارات معقول و خواسته‌های ذینفعان یکی از نکات کلیدی برای اتخاذ تصمیم است که در هر گزارشی باید آن را مدنظر قرار داد.

- پایداری محتوا: در گزارش باید عملکرد بنگاه اقتصادی با جزئیات گنجانده و اطلاعات عملکرد بنگاه اقتصادی باید در متن گزارش آورده شود. به پرسش‌های اساسی مانند اینکه چگونه سازمان برای محقق شدن اهداف در آینده گام برمی‌دارد و چگونه منجر به بهبود یا تخریب شرایط اجتماعی، محیطی و اقتصادی می‌شود و اینکه چگونه به توسعه روندهای منطقه‌ای، محلی و جهانی کمک می‌کند، پاسخ بدهد.

1. Stakeholder Inclusiveness  
2. Reasonable Expectation

گزارشی که صرفاً به عملکرد فردی سازمان (و یا کارایی سازمان) بپردازد مد نظر نیست و نمی‌تواند پاسخگوی مهم‌ترین دغدغه‌ها باشد؛

– سازمان‌ها با طیف گسترده‌ای از موضوع‌هایی که باید در گزارش ذکر شود مواجه‌اند. موضوع‌های مرتبط، آنهایی هستند که انعکاسی از تأثیرات اجتماعی، محیطی و اقتصادی قابل توجه سازمان و یا اثر تصمیم‌های ذینفعان بوده و بنابراین، ذکر این موارد بر میزان پرباری و غنای گزارش می‌افزاید. ضرورت‌ها در تهیه گزارش‌ها بسیار مهم هستند. بر این اساس توصیه می‌شود گزارش دربردارنده موارد زیر باشد:

– اثرات اجتماعی، محیطی، اقتصادی قابل توجه سازمان را منعکس نماید.

– حقایق تأثیرگذار بر ارزیابی و تصمیم‌های ذینفعان را مشخص کند.

– تعادل<sup>۱</sup>: گزارش باید انعکاسی از جنبه‌های مثبت و منفی عملکرد سازمان بوده تا ارزیابی دقیق از عملکرد کلی سازمان ممکن باشد. این دورنمای کلی از گزارش عملکرد کل سازمان، در محتوای گزارش باید به دور از جانب‌داری باشد و تصویری بی‌طرفانه از عملکرد سازمان ارائه نماید. این گزارش باید عاری از هرگونه خطای سهوی، القای انتخاب و یا هرگونه قالبی باشد که تأثیر نامناسب بر اتخاذ تصمیم یا قضاوت افراد بگذارد.

– قابل قیاس<sup>۲</sup>: سازمان باید گزارشی از اطلاعات همگون و یکدست ارائه دهد. اطلاعات گزارش شده باید به نحوی باشد که ذینفعان بتوانند عملکرد سازمان را در هر لحظه مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و تغییرات آن را رصد کنند. یکی از ضرورت‌های ارزیابی عملکرد سازمان، قابل قیاس بودن اطلاعات در گزارش است. گزارش عملکرد باید از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی با سال‌های قبل قابلیت مقایسه داشته باشد و اگر تا اندازه‌ای با سازمان‌های دیگر هم مقایسه انجام شود، مناسب است.

– دقت<sup>۳</sup>: اطلاعات گزارش شده باید به اندازه‌ای از دقت بالا با جزئیات دقیق برخوردار باشند که عملکرد سازمان را برای ذینفعان ملموس‌تر کند. واکنش‌های اجتماعی، محیطی و اقتصادی و شاخص‌های آن به طرق مختلف قابل ارائه است. ویژگی‌هایی که بر میزان دقت اطلاعات تأثیرگذار می‌باشد بر طبق ماهیت اطلاعات متفاوت است.

---

1. Balance  
2. Comparability  
3. Accuracy

- زمان‌مندی: <sup>۱</sup> تا جایی که اطلاعات در دسترس سازمان است و دست سازمان در ارائه آن باز است، سازمان-سازمان‌ها باید گزارش را در جداولی منظم و قابل مقایسه برای ذینفعان و سهامداران در زمانمندی‌های مناسب ارائه بدهند. سودمندی اطلاعات با اتخاذ تصمیم به‌جا از جانب ذینفعان و همکاری با سازمان عجین شده است. انتشار بجا و متکی بر زمان‌بندی درست داده‌ها هم به نظم گزارش و هم به قرابت رویدادهای رخ داده در گزارش اشاره دارد.
- شفافیت (وضوح): <sup>۲</sup> اطلاعات باید توسط سازمان‌ها برای ذینفعان درک‌پذیر، قابل دسترس و گزارش‌های آنان قابل دستیابی باشد. اطلاعات باید به روشی ارائه شود که برای ذینفعان فعالیت‌های سازمان قابل درک باشد.
- اعتبار (قابلیت اعتماد): <sup>۳</sup> سازمان‌ها باید اطلاعات را گردآوری، ثبت، تنظیم و تجزیه و تحلیل کنند تا در گزارش‌ها قابل استفاده باشد و بدین وسیله بتوان کیفیت و مناسب بودن اطلاعات را مورد بررسی قرار داد. ذینفعان با قابلیت بازنگری مجدد گزارش‌ها و صحت اطلاعات اطمینان بیشتری به گزارش پیدا خواهند کرد.
- **۷- ارزیابی:** ضروری است گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان، نظام ارزیابی عملکرد شرکت‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی را منطبق بر استانداردهای معین تدوین و در بازه زمانی یک‌ساله توسط نهادهای ارزیاب مستقل و دارای اختیار قانونی به مرحله اجرا گذارد. فرایند ارزیابی عملکرد شرکت‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی باید مبتنی بر تدوین و تعیین شاخص‌ها و ملاک‌های استاندارد باشد. تدوین این شاخص‌ها و فرایند ارزیابی شرکت‌ها باید یک دستور کار مستقل گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی باشد.

---

1. Timeliness  
2. Clarity  
3. Reliability



**پیرابند ۱: پیشنهادهای مرتبط با اجرای نظام مسئولیت اجتماعی شرکتها**

**۱- برای تدوین گزارش وضعیت موجود و مطلوب توسط شرکتها، توجه به نکات زیر مفید است:**

- معرفی دقیق شرکت و ترکیب سهامداران
- معرفی تولیدات شرکت، بازارهای هدف، زنجیره تأمین
- شناسایی کلیه ذی‌نفعان و ذی‌ربطان
- احصا دیدگاه‌ها، انتظارات و مطالبات ذی‌نفعان و ذی‌ربطان
- ارائه تصویری از وضعیت نیروی انسانی، ترکیب نیروی انسانی و روابط کار
- شناخت دقیق از وضعیت درآمدی- هزینه‌ای شرکت‌های استان
- شناخت دقیق از روند وضعیت شرکت در ده سال گذشته
- تدوین گزارش شناخت وضعیت مطلوب در مشورت با کارگروه توسعه و مسئولیت اجتماعی استان

**۲- برای تدوین برنامه اقدام به منظور رسیدن از وضعیت موجود به مطلوب توجه به نکات زیر مفید است:**

- طراحی مدل اولیه با تعیین شاخص‌ها
- بررسی استخراج مدل نهایی و شاخص از استاندارد ایزو ۲۶۰۰۱
- استفاده از تکنیک دلفی به منظور بومی‌سازی شاخص‌ها
- بررسی اولیه مدل نهایی از طریق معادلات ساختاری و ریاضی
- تدوین مدل نهایی بومی مسئولیت اجتماعی شرکتها
- استفاده از دیدگاه، انتظارات و مطالبات همه ذی‌نفعان و ذی‌ربطان در تدوین برنامه اقدام

**۳- در فرایند استقرار نظام مسئولیت اجتماعی توجه به نکات زیر مفید است:**

- دستورالعمل آمادگی سازمانی مسئولیت اجتماعی
- تدوین روش اجرایی استقرار سیستم مسئولیت اجتماعی
- تدوین دستورالعمل ممیزی و ارزیابی انطباق سیستم مسئولیت اجتماعی
- تدوین دفترچه خودارزیابی / خوداظهاری
- تدوین مستندات کامل به همراه گزارش از انجام پروژه ارائه تمهیدات لازم برای شفاف‌سازی
- تعیین متولی جمع‌آوری و تحلیل شکایت بر مبنای استاندارد (به منظور شفاف‌سازی در شکایت مشتریان)
- طراحی یا اصلاح سیستم استقرار یافته و تدوین مستندات مربوط (روش‌های اجرایی فرم‌ها و سایر ابزارها)
- تعیین اهداف سیستم و تدوین برنامه‌های اجرایی مرتبط با اهداف تدوین شده
- طرح‌ریزی روندی برای بهره‌بردن از اسناد بالادستی از جمله سند استراتژی شرکت و روندهای مربوطه در سیستم مدیریت کیفیت
- شناسایی، ارزیابی و تحلیل ریسک‌های شکایات دارای ضریب تأثیر بالا
- ارائه برنامه قابل ارزیابی برای کاهش تأثیرات منفی سازمان در حوزه‌های اجتماعی- اقتصادی محیط زیستی
- گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی
- فرایند نیازسنجی آموزش بر مبنای الزامات استاندارد با مسئولیت اجتماعی

#### ۴- نتیجه‌گیری

مقوله مسئولیت اجتماعی سالیان اخیر در عرصه سیاستگذاری اجتماعی و اقتصادی در ایران مورد توجه بوده است؛ اما در خصوص این مفهوم، تفاهم ذهنی و اجماع گفتمانی میان بازیگران اصلی و ذینفعان مسئولیت اجتماعی وجود ندارد. از سوی دیگر، نبود یک نهاد یا متولی در حوزه مسئولیت اجتماعی چه در سطح ملی چه در سطح استانی همراه با نبود هماهنگی‌های عمودی و افقی بین ذی‌ربطان و ذی‌نفعان باعث شده است که با وجود تلاش‌های قابل تقدیری که از سوی برخی سازمان‌های اجرایی و شرکت‌ها برای ایفای متعهدانه مسئولیت اجتماعی انجام می‌گیرد، هنوز تا تحقق اهداف مدنظر در این عرصه به‌ویژه رضایت‌مندی و توانمندسازی جامعه محلی و شفافیت در هزینه‌کرد منابع فاصله‌ای طولانی وجود داشته باشد.

برای رفع چالش‌های موجود مرتبط با استقرار نظام مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران، هفت برنامه اقدام توصیه می‌شود:

- ۱- تعیین نهاد متولی مسئولیت اجتماعی.
- ۲- ایجاد گروه کاری توسعه و مسئولیت اجتماعی.
- ۳- تدوین الگوی استقرار مسئولیت اجتماعی و تدوین ابزارها، استانداردها و شاخص‌های توسعه و مسئولیت اجتماعی استانی.
- ۴- ارتقای گفتمان مسئولیت اجتماعی.
- ۵- مشارکت ذینفعان.
- ۶- اجرای الگوی مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها.
- ۷- ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکتی.

## منابع

سازمان ملی استاندارد (۱۴۰۰). استاندارد مسئولیت اجتماعی و خیر همگانی. تهران: مؤسسه عالی پژوهش‌های تأمین اجتماعی.

مو، جرمی (۱۳۹۶). مسئولیت اجتماعی شرکتی. ترجمه محمد شهرابی فراهانی، تهران: میراث اهل قلم.

طهماسبی، هامون (۱۴۰۰). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از نظریه تا عمل. تهران: رسا.

Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility. *International journal of management reviews*, 12(1), 1-7.

Moratis, L., & Cochius, T. (2017). *ISO 26000: The business guide to the new standard on social responsibility*. Routledge.