

لزوم ترویج مسئولیت اجتماعی به عنوان بخشی از انتظارات جامعه



همایش «سرمایه‌گذاری مسئولانه و کارآفرینی اجتماعی» توسط سفارت کره جنوبی در ایران در محل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار و در پایان از کتاب «مسئولیت اجتماعی شرکتی در حرفه هتلداری» رونمایی شد.

به گزارش خبرنگار اجتماعی خبرگزاری فارس، سفیر کره جنوبی، سفیر گرجستان، سفیر بلغارستان و نمایندگان کشورهای اتریش، اوکراین، هلند، فرانسه، رییس شبکه مسئولیت اجتماعی اتحادیه اروپا از جمله میهمانان خارجی حاضر این مراسم بودند.

فاطمه دانشور فعال حوزه اجتماعی به عنوان نخستین سخنران این همایش گفت: در سالیان گذشته به دنبال برگزاری همایش مسئولیت اجتماعی بودیم که متأسفانه این امر در فرهنگ سازمانی ایران جا نیفتاده بود. به همین دلیل اقدامات در این مسیر بسیار سخت بود اما حالا و پس از گذشت 6 سال تبیین این موضوع در کشور آسان‌تر است.

وی با تأکید بر اینکه باید استراتژی مسئولیت اجتماعی در بنگاه‌های اقتصادی در کشور به خوبی جا بیفتد و روی آن سرمایه‌گذاری لازم صورت گیرد گفت: سهم زیادی از بازار کالاهای خارجی در ایران در اختیار شرکت‌های خارجی است اما در جامعه این انتظار وجود دارد که این بنگاه‌ها نیز باید مسئولیت اجتماعی را رعایت کرده و صرفاً سودمحور نباشند.

عضو سابق شورای شهر تهران خاطرنشان کرد: شرکت‌های خارجی فعال در ایران باید مسئولیت اجتماعی را به خوبی در بدنه اجرایی خود تعریف کرده و در این موضوع قدم‌های مثبتی بردارند.

دانشور گفت: فرهنگ نیکوکاری در بین مردم ایران فرهنگ فردی است ولی باید این موضوع به فرهنگ عمومی و نگاه سازمانی تسری پیدا کند و همه به آن متعهد باشند. لذا باید در این مسیر خود را توانمند کنیم.

وی افزود: به زودی NGO سازمانی با توجه به علائق فردی و سازمانی در زمینه مسئولیت اجتماعی ویژه بنگاه‌های اقتصادی راه‌اندازی خواهد شد ضمن اینکه کارآفرینی اجتماعی و سرمایه‌گذاری مسئولانه نشان‌دهنده صلح‌دوستی مردم ایران و همگرایی برای تلاش در این مسیر است.

«کیم سئونگ‌هو» سفیر کره جنوبی به عنوان دیگر سخنران این همایش گفت: وظیفه من آن است که روابط دوستانه‌ای بین تهران و سئول ایجاد کرده و در بین سفرای دیگر کشورها ترویج دهم.

وی افزود: اکثر سفرای خارجی در تهران افزایش دوستی را مطالبه می‌کنند که وظیفه‌ای بسیار سخت از سوی آنان است به همین جهت نمایندگان خارجی در تهران می‌کوشند از این دوستی‌ها بهره ببرند.

سفیر کره جنوبی خاطرنشان کرد: لازم است نزدیکی بین دو کشور به افزایش مبادلات در تمامی بخش‌ها منجر شود تا منبعی برای کارهای دیپلماتیک و ائتلاف‌های مختلف بین کشورها به حساب آید.

سفیر کره جنوبی تصریح کرد: در دنیای امروز 200 کشور وجود دارند که کره و ایران و یا هر کشور دیگر باید بر اساس دیدگاه‌ها و ائتلاف‌ها دوستان خود را انتخاب کنند ضمن اینکه توسعه روابط اقتصادی یکی از زمینه‌های نزدیکی بین دو کشور به حساب می‌آید.

وی تصریح کرد: مهمترین موردی که بین ایران و کره جنوبی وجود دارد دوستی بین این 2 ملت است. این در حالی است که شرکت‌های کره‌ای در حال سود بیشتر هستند.

کیم سئونگ‌هو با تاکید بر اینکه ثروت مهمترین داشته شرکت‌ها است و همین شرکت‌ها برای افزایش درآمد و دوستی بین دولت‌ها تلاش می‌کنند خاطرنشان کرد: در عین حال دولت‌ها هم نیازمند بهره‌مندی از شرکت‌ها برای استفاده از آنها به عنوان پلی برای استحکام بیشتر روابط هستند. سفیر کره جنوبی خاطرنشان کرد: کار ما مسئولیت اجتماعی برای آغانه نیست بلکه ما برای برقراری ارتباط دوستانه بین مردم و دولت‌ها تلاش می‌کنیم.

وی افزود: در ایران کارهای عام‌المنفعه مردمی زیاد صورت می‌گیرد اما مردم نباید خیلی از دولت انتظار ورود به این بخش را داشته باشند بلکه باید دنبال سرمایه‌گذاری مسئولان به ویژه از سوی شرکت‌های خارجی باشند.

سفیر کره جنوبی در تهران گفت: اگر بازار ایران قابلیت لازم را نداشته باشد قطعاً شرکت‌های کره‌ای در آن سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. این در حالی است که دولت ایران باید درباره تشویق شرکت‌های خارجی خدمات و تعهداتی را ارائه دهد.

در ادامه نماینده وزارت خارجه کره جنوبی، کیونگ مین کو، درباره سرمایه‌گذاری مسئولانه و کارآفرینی اجتماعی گفت: CSR یعنی فعالیتی که در آن به ارزش‌های حقوق بشر، حقوق کارگر و محیط زیست اهمیت داده شده و ضد فساد باشد. ضمن اینکه شرکت‌های سرمایه‌گذاری باید این موارد را به عنوان بخشی از سیاست‌گذاری‌های خود قرار دهند.

وی تصریح کرد: اگر شرکتی به دنبال عمر طولانی مدت باشد باید به مسئولیت اجتماعی خود اهمیت فراوان دهد.

نماینده وزارت خارجه کره جنوبی در تهران گفت: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند ضمن اطلاع‌رسانی بهتر به جامعه منجر به افزایش سود آنها شود.

وی گفت: در 36 سفارتخانه کره جنوبی در سال 2017 از مسئولیت اجتماعی حمایت شده که در ایران هم این پروژه اجرا شده است.

در ادامه مراسم محمدرضا انصاری عضو هیأت رئیسه اتاق بازرگانی ایران گفت: امیدوارم شاهد روزی باشیم که شرکت‌های ایرانی در محدوده کاری خود در زمینه مسئولیت اجتماعی نقش‌آفرینی کنند.

انصاری با بیان اینکه شرکت‌های ایران به دلیل عواطف ایرانی خود همواره پیگیر مسئولیت اجتماعی بوده‌اند اما به صورت فردی، خاطرنشان کرد: مسئولیت اجتماعی شاخصی فردی و اخلاقی در زمینه پیشرفت است که می‌تواند پایداری یک شرکت را همراه با سود بیشتر ایجاد کند و اگر شرکتی به عواطف انسانی اهمیت داد می‌تواند سود خود را هم افزایش دهد.

وی تصریح کرد: اتاق بازرگانی ایران اگر می‌خواهد در جامعه داخل و جامعه جهانی شان ایران و ایرانی را حفظ کند باید در زمینه مسئولیت اجتماعی اقدامات گسترده حمایتی انجام دهد.

انصاری گفت: در یک کار اقتصادی علاوه بر سود محور بودن و بحث برد برد بین شرکت‌ها باید نقش جامعه و مردم در زمینه برد برد مشخص شود. چرا که مسئله اصلی این است که باید اضلاع برد برد مثلی باشد.

وی در پایان سخنان خود تاکید کرد: مسئولیت اجتماعی شاخص ترقی، پیشرفت و انسانیت است.

سیدمحمدصادق امامیان رئیس اندیشکده مطالعات حاکمیت و سیاست‌گذاری اجتماعی دانشگاه شریف نیز در سخنانی گفت: سازمان‌ها و نهادهای مختلف برای اداره جامعه باید دست به دست هم بدهند چرا که حکمرانی مدرن دارای مرزبندی شفاف بین نهادهای رسمی و غیررسمی است.

وی افزود: دنیای دولت‌ها دنیای سیاست، بروکراسی و حقوق و قانون است در حالی که دنیای تجارت دنیای سودمحوری و رقابت است. اما دنیای سوم که متعلق به فعالان اجتماعی است رسماً به حاشیه رفته و انگیزه‌های بشردوستانه محور و سازمان در آن ارزشگرا هستند.

امامیان خاطرنشان کرد: روزگاری توصیه‌های اخلاقی به شرکت‌ها و سازمان‌ها وجود داشت در حالی که توصیه اخلاقی از نظر کارکرد محدود است اما تمام سعی و تلاش بنگاه‌های مسئولیت‌پذیر و اجتماعی در مسیری است که می‌کوشند توصیه‌های اخلاقی و بشردوستانه زیر سؤال نرود و سودمحوری ملاک اصلی آنها قرار نگیرد.

وی خاطرنشان کرد: نگاه به بنگاه‌های اجتماعی به دلیل در قیدوبند بودن سودهای سهام نیست در زمینه اشتغال و اقدامات اجتماعی مؤثر هستند و سعی می‌کنند منزلت اجتماعی مخاطبان خود را حفظ کنند.

سیدروح‌الله حسینی مقدم معاون بورس اوراق بهادار تهران گفت: سرمایه‌گذاری مسئولانه و پایدار رویکردی سرمایه‌گذارانه با هدف ایجاد سود و خلق ارزش پایدار است.

مقدم تصریح کرد: سرمایه‌گذاری اجتماعی، سرمایه‌گذاری سبز، سرمایه‌گذاری پایدار، سرمایه‌گذاری ارزش‌مدار براساس انصاف، عدالت و حفظ محیط زیست توجه می‌کند.

وی گفت: باید از شرکت‌های ایرانی سؤال کرد که آیا آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی زیست محیطی و حاکمیتی توجه لازم را دارند و آیا آنها به آموزه‌های دینی و اخلاقی اهمیت می‌دهند.

«استفان کرتس» رئیس شبکه مسئولیت اجتماعی اتحادیه اروپا، دیگر سخنران این همایش با اشاره به اینکه بخش CS2 اتحادیه اروپا یک سازمان غیر انتفاعی است که توسط بخش تجاری تامین مالی می‌شود گفت: ما با 11 شرکت که غالباً اروپایی هستند و فعالیت‌هایی در داخل و خارج اروپا دارند در ارتباط

هستیم.

رئیس شبکه مسئولیت اجتماعی اتحادیه اروپا، ایجاد همگرایی در مدیریت و مدل‌های کسب و کار را از جمله اهداف سازمان خود عنوان کرد و افزود: دورنمای برنامه‌های ما این است که راه‌حلهایی برای کسب و کار جدید ایجاد کنیم تا بتوانیم شاهد تغییرات آن در جامعه باشیم.

وی خواستار همکاری هر چه بیشتر دولت‌ها برای توسعه مسئولیت اجتماعی شد و بر متقاعدسازی کارکنان شرکت‌ها برای حرکت در این مسیر تأکید کرد.

کرتس با بیان اینکه اتحادیه اروپا به سیاستگذاری و تدوین برنامه‌هایی برای تامین مالی در این امر می‌پردازد خاطرنشان کرد: سعی ما بر آن است که به آینده نظر داشته باشیم و دستورالعمل‌های لازم را برای سرمایه‌گذاران تدوین کنیم.

وی کیفیت مدیریت در شرکت‌های پیشرو را یکی از شاخص‌های مهم در جذب سرمایه‌گذاری در CSR دانست و خاطرنشان کرد: کیفیت مدیریت در شرکت‌ها باید به نحوی تغییر کند که به پایداری بیشتر مسئولیت اجتماعی منجر شود.

رئیس شبکه مسئولیت اجتماعی اتحادیه اروپا افزود: ما باید به شرکت‌ها بقبولانیم که توجه و اولویت دادن به مسئولیت اجتماعی نه تنها برای جامعه که از نظر اقتصادی و تجاری هم به نفع شرکت‌ها است. «تایماز سید مصطفایی» مدیرعامل شرکت همراه مدیریت آرمانی (هم آ) دیگر سخنران همایش سرمایه‌گذاری مسئولانه با بیان اینکه امروزه موضوع سرمایه‌گذاری مسئولانه به عنوان پارادایم غالب مدیران مطرح است افزود: فشارهای اجتماعی نتیجه رسوایی شرکت‌ها در دهه‌های اخیر بوده است. مصطفایی تصریح کرد: جامعه و ذی‌نفعان آن باعث می‌شوند که همگان به سمت مسئولیت اجتماعی سوق پیدا کنند.

وی تصریح کرد: بیش از یک میلیارد نفر در دنیا با درآمد کمتر از یک دلار زندگی می‌کنند که این نشان‌دهنده عدم تعادل در زندگی انسان‌ها است اما مسئولیت اجتماعی به ما کمک می‌کند دنیا را تغییر بدهیم چرا که ما در قبال دنیا تعهد داریم.

مصطفایی گفت: سرمایه‌گذاری اجتماعی روح شرکت به حساب می‌آید و بر اساس همین موضوع شرکت‌ها مجبور می‌شوند در قبال کارها و تولیدات‌شان مسئول بوده و پاسخگو باشند.

وی افزود: مسئولیت اجتماعی یک استراتژی است نه ابزاری برای امور خیریه، ضمن اینکه یک تجارت پایدار تنها از طریق مسئولیت اجتماعی پایدار امکانپذیر است.

این فعال حوزه مسئولیت اجتماعی موضوع CSR را در زمینه‌های متنوعی چون محیط کار و کارکنان، جامعه و کشور، بازار و صنعت، محیط زیست و رهبری و فرایندهای درون سازمانی قابل طرح دانست و افزود: CSR در دنیای امروز یک مفهوم گسترده است در حالیکه برخی این موضوع را اخلاق حرفه‌ای اشتباه می‌گیرند.

مصطفایی خاطرنشان کرد: مسئولیت اجتماعی در قبال تولید حداقلی زیاده و همچنین مصرف کم انرژی و پاسخگو بودن به کارمندان و توسعه جوامع محلی جواب‌های زیادی دارد ضمن اینکه در زمینه مسئله برد و خلق ارزش مشترک هم پاسخگو است چرا که این مسئولیت فراتر از الزامات است.

مدیرعامل شرکت همراه مدیریت آرمانی افزود: مسئولیت اجتماعی در زمینه ترویج فرهنگ تلاش می‌کند و در زمینه ایجاد وجهه، شهرت و مدیریت اعتبار حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

وی در پایان با تأکید بر اینکه مسئولیت اجتماعی نمی‌تواند جایگزین قوانین ملی کشور شود تصریح کرد: در عین حال دولت‌ها می‌توانند در توسعه مسئولیت اجتماعی نقش مهمی ایفا کنند و NGO ها هم می‌توانند در زمینه رفع چالش‌های زیست محیطی کمک حال دولت‌ها و ملت‌ها باشند.

در ادامه نمایندگان شرکت‌های «سامسونگ» و «ال جی» به تشریح فعالیت‌های خود در جهت توسعه مسئولیت اجتماعی در زمینه‌های متنوعی چون سلامت، آموزش، کارآفرینی و محیط زیست پرداختند.

در پایان همایش، آیین رونمایی از کتاب «مسئولیت اجتماعی شرکتی در حرفه هتل‌داری» نوشته «کیتون مایبرگ» که توسط سیامک دشتی ترجمه و با نظارت علمی تایماز سید مصطفایی توسط «فلایتیو» در راستای اهداف مسئولیت اجتماعی منتشر شده برگزار شد.

انتهای پیام/