

تبیین شاخص‌های کلیدی عملکرد اقتصادی شرکت مبتنی بر مسئولیت

اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار

(موردکاوی: شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ)

پروین سلیمانی دارانی، هانیه آرزمجو، حمیدرضا پیرمراد

پژوهشگاه نیرو

گروه مدیریت و علوم اجتماعی

۱. مقدمه

طی دهه‌های اخیر، تأثیر سازمان‌ها و صنایع مختلف بر جامعه به یک دغدغه جهانی تبدیل شده است و انتظارات ذینفعان از نقش سازمان‌ها در جامعه در حال افزایش است. سازمان‌ها به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخ‌گویی درباره عملیات خود و اثرات آن بر جامعه، تلاش کرده‌اند که از چارچوب الزاماتی قانونی که براساس آن فعالیت می‌کنند فراتر رفته و برای درک و برآورده‌سازی انتظارات ذی‌نفعان سازمان در جامعه، تلاش کنند. در حال حاضر عملکرد پایدار سازمان‌ها در سه حوزه اقتصادی، محیط زیست و اجتماعی که اشاره به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد، بر اساس شاخص‌های سازمان جهانی و بر مبنای توسعه بلند مدت پایدار صورت می‌گیرد [۱].

مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR^۲) شامل انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و مصلحتی یک جامعه از شرکت‌ها می‌باشد [۲]. این مفهوم با ایجاد نگرشی استراتژیک به نحوه مدیریت شرکت‌ها می‌تواند پایداری فعالیت‌های شرکت‌ها و مدیریت ریسک‌های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی آنها را تضمین کند.

فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند از طریق ارتباط با فعالیت‌های استراتژیک سازمان بر عملکرد مالی آن تأثیرگذار باشد. به عنوان مثال فعالیت‌های استراتژیک CSR بر ایجاد فرصت‌هایی جدید در بازار مربوط به آن شرکت تأثیرگذار است و همچنین گسترش این فعالیت‌ها سبب شهرت آن شرکت شده و افزایش این شهرت می‌تواند بهبود عملکرد مالی را به دنبال داشته باشد [۳]. از آنجا که «توسعه اقتصادی» به معنای عام آن، پیشینه‌سازی

چکیده □ شرکت‌های توزیع برق جزء شرکت‌های خدمات عمومی هستند که خدمات آنها برای اقتصاد ضروری است و آخرین حلقه زنجیره ارزش صنعت برق و ارتباط با مشتریان هستند. از این رو اثرات ناشی از فعالیت‌های شرکت بر جامعه از حساسیت بیشتری برخوردار است. رشد و توسعه اقتصادی و عملکرد مالی شرکت با حفظ توجه به پی‌آمدهای اجتماعی فعالیت‌های شرکت توزیع برق موضوعیست که در این پژوهش به آن پرداخته شده است. در این پژوهش با مطالعه مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار، چارچوب گزارش‌دهی جهانی^۱ و استانداردهای جهانی، اهداف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی از دیدگاه اقتصادی برای شرکت توزیع برق تهران بزرگ تبیین گردیده است و به منظور بومی‌سازی این اهداف به شناخت قوانین و مقررات حاکم بر شرکت، اسناد بالادستی و راهبردهای صنعت برق و مطالعه سه شرکت توزیع برق جهان، ایده‌های جهانی و بهترین اقدامات و راهکارهای تجربه شده، پرداخته شده است. از آنجا که وجود مکانیزم ارزیابی عملکرد، شرکت را قادر می‌سازد تا با آگاهی از میزان مطلوبیت فعالیت‌ها با استفاده از شاخص‌های از پیش تعیین شده، مدیریت اثربخش امور را برای دستیابی به اهداف راهبردی در پیش گیرد، در این پژوهش به ارائه رویکردی نوین برای استخراج شاخص‌های کلیدی عملکرد اقتصادی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار در شرکت توزیع برق تهران پرداخته شده است.

واژه‌های کلیدی — مسئولیت اجتماعی شرکتی؛ توسعه پایدار؛ شاخص

های کلیدی عملکرد اقتصادی؛ تحلیل محتوا؛ آنتروپی شانون.

۲. مبانی نظری

شمار فزاینده‌ای از نویسندگان طی ربع قرن گذشته، تصدیق کرده‌اند که فعالیت‌های سازمان بر محیط خارجی تأثیر می‌گذارد و وظیفه سازمان‌ها محدود به بیشینه‌سازی سود و بازده اقتصادی نیست، بلکه شامل تمام جنبه‌های محیطی و خدمات اجتماعی می‌شود و سازمان باید به طیف گسترده‌ای از ذینفعان داخلی و خارجی پاسخگو باشد [۴].

مسئولیت اجتماعی بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تأکید دارد و ناظر بر چگونگی کسب‌وکار مسئولانه همراه با تولید ثروت است. به نوعی مسئولیت اجتماعی یعنی چگونه می‌توان از طریق کسب و کار مسئولانه ایجاد ثروت کرد. بنابراین یک رابطه برد-برد و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای سازمان، زیربنای مفهومی موضوع مسئولیت اجتماعی است [۵].

برخی پژوهشگران بر این اعتقاد هستند که مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباطی با عملکرد مالی آن ندارد [۶]. بر اساس این دیدگاه، هزینه‌های احتیاطی در جهت ارتقای جامعه، هزینه‌های بنگاه را بی جهت افزایش داده و بنابراین مزیت اقتصادی در دنیای رقابتی امروزه به حساب نمی‌آید. بسیاری نیز معتقدند که اقدامات مسئولیت اجتماعی، اقدام داوطلبانه شرکت‌ها در پاسخ به انتظارات جامعه است اما در شرایط کسب و کار امروز، فشارهای عمومی، تقاضاها و انتظارات ذینفعان از دلایل عمده مشارکت کسب‌وکارها در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی است [۷]، [۸]. تصور خام از CSR، اقداماتی است که تنها منافع جامعه را به دنبال دارد و هزینه‌های زیادی به سازمان تحمیل می‌کند اما دیدگاه استراتژیک به مسئولیت اجتماعی شرکتی فرض می‌کند که اگر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی با استراتژی سازمان همسو باشند می‌تواند موجب مزیت رقابتی و منافع متقابل برای سازمان و جامعه گردد [۷].

در سال ۱۹۹۱، کارول یک مدل هر می مسئولیت اجتماعی ارائه نمود که برای هر بنگاه ۴ بعد مسئولیت در نظر گرفته شده است. او فرض می‌کند که مسئولیت اقتصادی اولین و مهم‌ترین الزام شرکت‌های تجاری است و بیشترین توجه مدیران را به خود جلب می‌کند، سپس مسئولیت‌های قانونی قرار دارد و پس از آن مسئولیت‌های اخلاقی و در درجه‌ی آخر مسئولیت‌های بشردوستانه [۲].

مدل CSR-DNA که توسط ویسر در سال ۲۰۱۰ ارائه شد، یک مدل جامع از مسئولیت اجتماعی شرکتی است که برای واحدهای کسب کار ۴ هدف اساسی را مد نظر قرار داده است که عبارتند از: ایجاد ارزش (محصولات

سود و بازده اقتصادی را در ذهن تداعی می‌کند، بسیار محتمل است که در نتیجه‌ی تلاش سازمان‌ها برای دستیابی به این مهم، شاهد ظهور چالش‌هایی چون ساعت‌های کار طولانی، دستمزدهای غیرمنصفانه، شرایط سخت‌کاری و مخاطرات ایمنی و سلامت شغلی، به کارگیری نیروی کار کودک، گسترش فقر در اقشار آسیب پذیر جوامع و ... باشیم. از این رو رشد و توسعه اقتصادی کسب و کارها در چارچوب پابندی به اصول مسئولیت اجتماعی و پایداری حائز اهمیت است. به بیان دیگر، رمز پایداری شرکت‌های بزرگ، تنها سودآوری برای سهامداران و رعایت مسئولیت‌های قانونی نیست، ذینفعان انتظار دارند که شرکت مسئولیت‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و اخلاقی را بر عهده گیرد و در برابر آنها شفاف و پاسخگو باشد.

در میان سازمان‌های ایرانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی پدیده‌ای نوپا است و لزوم سیاست‌گذاری عمومی و مداخله نهادهای حاکمیتی و میانی جهت ترغیب و فرهنگ‌سازی پیرامون آن ضروری است. شرکت‌های توزیع برق جزء شرکت‌های خدمات عمومی هستند که خدمات آنها برای اقتصاد ضروری است و آخرین حلقه زنجیره ارزش صنعت برق و ارتباط با مشتریان نهایی هستند. جدا از خصوصی یا دولتی بودن شرکت، شرکت‌های توزیع با توجه به اهمیت برق به عنوان یک کالای زیرساختی زیر ذره‌بین مشتریان، مردم، نهادهای دولتی و عمومی می‌باشند و با توجه به زیرساختی بودن این شرکت‌ها، علاوه بر تامین برق مشتریان در قالب وظایف قانونی و اساسنامه خود، باید فراتر از حداقل‌های قانونی عمل نمایند.

هدف این پژوهش تبیین اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد پایدار شرکت توزیع نیروی برق از دیدگاه اقتصادی بوده است. بدین منظور با مطالعه مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار، چارچوب گزارش‌دهی جهانی و استانداردهای جهانی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها، اهداف تبیین گردیده است و به منظور بومی‌سازی این اهداف به شناخت شرکت توزیع برق و قوانین و مقررات حاکم بر آن و اسناد بالادستی و راهبردهای صنعت برق و مطالعه سه شرکت توزیع نیروی برق جهان، ایده‌ها و راهکارهای جهانی پرداخته شده است. از آنجا که وجود یک مکانیزم ارزیابی عملکرد، سازمان را قادر می‌سازد تا با آگاهی از میزان مطلوبیت فعالیت‌ها با استفاده از شاخص‌های از پیش تعیین شده، مدیریت اثربخش امور را برای دستیابی به اهداف راهبردی در پیش گیرد، در این پژوهش به ارائه رویکردی نوین برای استخراج شاخص‌های کلیدی عملکردی در راستای اهداف اقتصادی مبتنی بر اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار در شرکت توزیع برق تهران پرداخته شده است.

استانداردهای کار، رعایت اصول زیست‌محیطی و مبارزه با فساد و افزایش شفافیت است [۱۲]. این معاهده از شرکت‌ها می‌خواهد در چارچوب حوزه اثر خود به این ده اصل پایبند باشند و این اصول را در سیاست‌ها، عملیات و فرهنگ خود لحاظ نمایند و سالانه گزارش پیشرفت^۴ خود را تهیه و برای ذینفعان به صورت عمومی منتشر و به وب سایت معاهده جهانی سازمان ملل نیز ارسال نمایند.

استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰

استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ از استانداردهای جدیدی به شمار می‌رود که در ماه می ۲۰۱۰ توسط سازمان بین‌المللی استاندارد در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها منتشر شده است و به بررسی این موضوع می‌پردازد که عملکرد یک سازمان از نظر تأثیر آن بر جامعه و محیط‌زیست، عامل مهمی در سنجش عملکرد کلی سازمان و توانایی آن برای ادامه‌ی مؤثر فعالیت‌های خود به شمار می‌آید. در تعیین دامنه شمول مسئولیت اجتماعی، شناسایی مسائل مرتبط و اولویت‌بندی آنان در یک سازمان، این استاندارد موضوعات ذیل را در محدوده مسئولیت اجتماعی مدنظر قرار می‌دهد: حاکمیت سازمانی، کارکنان و فعالیت‌های کاری، محیط‌زیست، کسب و کار منصفانه، مسائل مربوط به مشتریان و مصرف‌کنندگان، مشارکت در توسعه جوامع محلی، حقوق شهروندی [۵].

چارچوب گزارش‌دهی جهانی پایداری

()

چارچوب گزارش‌دهی جهانی پایداری (GRI)، یک سیستم گزارش‌دهی است که از سوی یک سازمان بین‌المللی پیشرو به همین نام عرضه شده است که شاخص‌ها و روش‌هایی برای اندازه‌گیری و گزارش‌دهی اثرات سازمان و عملکرد آن در حوزه‌های کلان اجتماعی، اقتصادی و محیط زیست را ارائه می‌دهد. در این چارچوب، اصول و موارد استاندارد ا ارائه شده است که سازمان‌ها با کمک آن‌ها می‌توانند اثرات و عملکرد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی خود را گزارش کرده و به درک بهتری از فعالیت‌ها و تأثیرات خود برسند و آن‌ها را در استراتژی‌های شرکت لحاظ کنند. گزارش‌دهی عمومی GRI برای صنایع مختلف نیز کدهای گزارش‌دهی خاص آن صنعت را در سرفصل‌های استراتژی و تجزیه و تحلیل، پروفایل سازمانی، مشارکت ذینفعان، حاکمیت، اخلاق و صداقت، رویکرد مدیریت و شاخص‌های عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در قالب نسل چهارم گزارش‌دهی (G4) تعریف نموده است [۱].

سودمند، توزیع ثروت)، حاکمیت شرکتی خوب (رهبری، شفافیت، اقدامات اخلاقی) مشارکت اجتماعی و امانت‌داری محیطی [۹].

برخی از اقتصاددانان از جمله فریدمن، معتقد بودند که مسئولیت اجتماعی شرکت فشار مالی بی‌دلیلی بر ذینفعان وارد می‌کند. بسیاری از مدیران میانی نیز مسئولیت اجتماعی شرکت را هزینه‌ای با نتایج نامعلوم می‌دیدند و به همین دلیل در برابر زیاده‌سازی آن تا اواخر دهه‌ی ۱۹۷۰ به شدت مقاومت می‌کردند (مک ویلیامز ۱۹۹۷؛ جنسن ۲۰۰۲). در مقابل، برخی دیگر از پژوهشگران معتقدند که هر چه عملکرد اجتماعی بنگاه بهتر باشد، بهتر منابع را تصاحب کرده، کارکنان با کیفیت‌تری را جذب کرده و محصولات و خدمات خود را راحت‌تر بازاریابی کرده و فرصت‌های بیشتری را کسب کرده است. در اوایل دهه ۷۰ میلادی، تلاش‌های بسیاری برای توسعه نظریه پردازی جدید و توافق میان دو دیدگاه صورت گرفت که سبب شد مسئولیت اجتماعی شرکت دقیق‌تر در سطوح مختلف سازمان مطرح و ارتباط میان عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت به طور جدی با هدف ایجاد ارتباطی مثبت میان عملکرد مالی شرکت با مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد [۱۰]. در سال‌های اخیر سازمان‌ها، علاوه بر تلاش برای استقرار نظام‌های CSR در زمینه ارزیابی عملکرد خود بر مبنای استانداردها و چارچوب‌های جهانی گزارش‌دهی اقدام نموده‌اند که در ادامه مهم‌ترین اقدامات و ابزارهای بین‌المللی جهت ترویج، کنترل، اجرا و گزارش‌دهی CSR اشاره شده است.

۲.۱. ابزارها و مجامع کنترل‌کننده مسئولیت

اجتماعی شرکتی

سیاست CSR به عنوان یک مکانیزم خود تنظیمی عمل می‌کند که به موجب آن شرکت تبعیت خود را از قانون، استانداردهای اخلاقی جامعه و هنجارهای بین‌المللی تضمین می‌کند [۱۱]. این موضوع در دهه‌های اخیر، با رشد فزاینده حرکت سازمان‌ها در جهت بهره‌گیری از ابزارها و مجامع کنترل‌کننده مسئولیت اجتماعی، از جمله استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، چارچوب معاهده جهانی سازمان ملل و چارچوب گزارش‌دهی جهانی پایداری (GRI)، نمود یافته است.

معاهده جهانی سازمان ملل

معاهده جهانی سازمان ملل^۳ ابزاری داوطلبانه برای ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکتی و پایداری است که متشکل از ده اصل معطوف به انجام فعالیت‌ها و کسب و کار مسئولانه تحت قلمرو و موازین حقوق شهروندی،

4 Communication on progress

³ UN Global Compact

مدیران واحدهای تخصصی در حوزه‌های فنی و اقتصادی شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ، استفاده شده است.

با عنایت به اینکه شاخص‌های مورد استفاده در این تحقیق بر مبنای مطالعه ادبیات موضوع استخراج شده و سپس با استفاده از نظرات و دیدگاه خبرگان بر مبنای ویژگی‌ها و خصوصیات سازمان اهداف تعیین و نهایی شدند؛ بنابراین، پرسشنامه از روایی بالایی برخوردار است. همچنین، برای بررسی پایایی ابزار پژوهش از فرمول آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ برابر با ۰.۹۳ درصد به دست آمد که نشان‌دهنده همبستگی بالا بین سوالات و در نتیجه میزان پایایی مناسب پرسشنامه است.

۱.۳. تعیین وزن اهداف با استفاده از روش

آنتروپی شانون

آنتروپی مفهومی است که در علوم اجتماعی، فیزیک و تئوری اطلاعات جهت سنجش بی‌نظمی و عدم اطمینان بکار گرفته می‌شود. به عبارت دیگر، آنتروپی در تئوری اطلاعات معیاری است برای مقدار عدم اطمینان بیان شده توسط یک احتمال گسسته (pi) به طوری که این عدم اطمینان، در صورت پخش بودن توزیع، بیشتر از موردی است که توزیع فراوان تیزتر باشد و به صورت زیر تشریح می‌گردد: ابتدا ارزشی را با نماد E محاسبه می‌کنیم:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^n [p_{ij} \ln p_{ij}] \quad (1)$$

یک ماتریس تصمیم‌گیری به صورت زیر در نظر می‌گیریم. محتوی اطلاعاتی موجود از این ماتریس را به صورت نرمالیزه شده (P_{ij}) در ذیل محاسبه می‌کنیم:

اینک عدم اطمینان یا درجه انحراف از اطلاعات ایجاد شده به ازای شاخص j ام بدین قرار است:

$$d_j = 1 - E_j \quad (2)$$

و سرانجام برای اوزان (W_j) از شاخص‌های موجود خواهیم داشت:

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j} : \forall j \quad (3)$$

۲.۳. طراحی شاخص‌های کلیدی

عملکرد با رویکرد تحلیل محتوا

دستیابی به اهداف تعیین شده در برنامه‌های رشد و توسعه یک سازمان، بدون شناخت و ارزیابی میزان مطلوبیت و شکاف فرآیندها، فعالیت‌ها و خدمات آن

۲.۲. مدل‌های ارزیابی عملکرد

در ادبیات موضوع مدل‌ها و الگوهای مختلفی برای اجرای فرآیند ارزیابی عملکرد سازمان‌ها وجود دارد از جمله: سیستم‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر الزامات استانداردهای ISO، کارت امتیازی متوازن، تحلیل پوششی داده‌ها، مدل تعالی سازمان (EFQM) و هرم عملکرد [۱۳]. نظام ارزیابی عملکرد، مبتنی بر هر مدل و الگویی که انتخاب شود، زمانی موفق است که شاخص‌های ارزیابی عملکرد مناسب و خاص آن سازمان انتخاب و طراحی شده باشند، شاخص‌ها با راهبردهای سازمان همراستا بوده و مأموریت، مینش، ارزش‌ها و راهبرد سازمان توسط این شاخص‌ها به سطوح مختلف منتقل شوند [۱۴]. به طور کلی در هر مطالعه‌ای در ارتباط با تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌ها، باید به اصول و ویژگی‌های کلی در زمینه تعیین شاخص‌ها و شناسایی عوامل و معیارهای کلیدی توجه شود. در برخی از پژوهش‌ها، طراحی شاخص‌های عملکردی مبتنی بر ویژگی‌های یک سیستم اسمارت^۵ صورت گرفته است که بر طبق آن شاخص باید: معین و مشخص باشد، قابل اندازه‌گیری باشد، قابل دسترس و امکان‌پذیر باشد، با فعالیت‌ها و مأموریت‌ها و خط‌مشی و راهبردهای واقعی سازمان مرتبط باشد و دوره ارزیابی معینی داشته باشد [۱۳].

از آنجا که وجود یک مکانیزم ارزیابی عملکرد، سازمان را قادر می‌سازد با آگاهی از میزان مطلوبیت فعالیت‌ها با استفاده از شاخص‌های از پیش تعیین شده، مدیریت اثربخش امور را برای دستیابی به اهداف راهبردی در پیش گیرد، در ادامه به ارائه رویکردی نوین برای استخراج شاخص‌های کلیدی عملکردی در راستای اهداف اقتصادی مبتنی بر اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار در شرکت توزیع برق تهران پرداخته شده است.

۳. روش تحقیق

روش اصلی تحقیق در تحلیل و ارایه نتایج، روش توصیفی از نوع پیمایشی است. از میان مدل‌ها و چارچوب‌های بین‌المللی مسئولیت اجتماعی، چارچوب گزارش‌دهی جهانی پایداری (GRI)، دارای شاخص‌ها و دستورالعمل‌های خاص صنعت برق بوده است که در مقایسه با سایر مدل‌ها مسئولیت اجتماعی شرکتی، همخوانی بهتری با مقتضیات شرکت توزیع برق دارد. بر همین اساس در این پژوهش، اهداف اقتصادی شرکت توزیع برق بر مبنای زیرشاخص‌ها و ابعاد گزارش‌دهی پایداری در نسخه چهارم GRI، استخراج گردید. به منظور بومی‌سازی و اولویت‌بندی اهداف تعیین شده جهت بهبود وضعیت و دستیابی به شرایط مطلوب، از روش پرسشنامه‌ای و کارگروه خبرگان متشکل از ۱۰ نفر

⁵ SMART: specific, measurable, achievable, relevant, time-bound

موضوعات عنوان شده در استاندارد ISO26000، برنامه اصلاح نظام اداری و سایر اسناد بالادستی تعیین شوند. شاخص‌های ارزیابی عملکرد حداقل امکان از ویژگی‌های یک سیستم smart تبعیت کنند. شاخص‌ها مطابق با اهداف مدل نهایی و در راستای سنجش میزان شکاف با وضعیت مطلوب اهداف احصاء شوند.

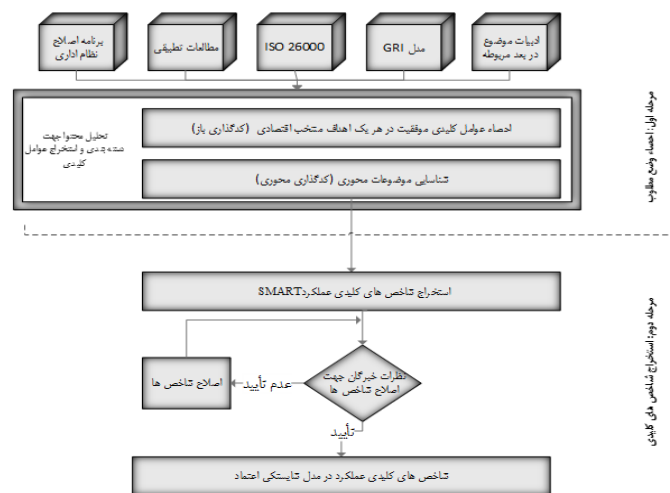
۴. یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، با تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری از اطلاعات تکمیل شده در پرسشنامه‌های نظرسنجی از خبرگان و با استفاده از روش آنتروپی شانون، وزن اهداف اقتصادی تبیین شده مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکتی تعیین گردید که نتایج آن در جدول (۱) آمده است. میانگین وزن اهداف اقتصادی بر اساس نتایج بدست آمده از تحلیل پرسشنامه، به میزان ۰/۰۶۲۵ است، بنابراین اهداف دارای وزن کمتر از این مقدار حذف شده و اهداف دارای اهمیت بیشتر برای انجام تحلیل‌های مرحله بعد انتخاب شده‌اند و مطابق با متدولوژی ارائه شده، شاخص‌های کلیدی عملکرد ذیل هر هدف در جدول ۲ آمده است. جدول (۱): وزن اهداف اقتصادی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت توزیع برق

تهران بزرگ

وزن	هدف مورد بررسی	وزن	هدف مورد بررسی
۰,۰۶۲۰	متناسب‌سازی ظرفیت پیمانکاران	۰,۰۶۹۴	کاهش هزینه‌های عملیاتی و سرمایه‌ای
۰,۰۶۱۳	تأمین خسارت مشترکین برق ناشی از خاموشی‌ها	۰,۰۶۹۴	شفافیت روابط با توانیر در قبال نرخ خدمات توزیع
۰,۰۶۱۲	توسعه مدیریت یکپارچه شهری	۰,۰۶۹۰	اثربخشی، شفافیت، ثبات و عدالت و فراگیری در فرآیندهای برون‌سپاری و کارفرمایی شرکت
۰,۰۶۱۲	ثبات در فرآیندهای تدارکات شرکت	۰,۰۶۶۷	اثربخشی، عدالت، فراگیری و شفافیت در فرآیندهای تدارکات شرکت
۰,۰۶۰۸	افزایش سود حاصل از خرید از بازار برق	۰,۰۶۶۰	کاهش تلفات فنی و غیرفنی توزیع
۰,۰۵۵۴	فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت یا همکاری‌های تحقیقاتی	۰,۰۶۴۹	در دسترس بودن و قابلیت اطمینان بلند مدت و کوتاه مدت برق
۰,۰۵۳۳	افزایش درآمدها از سایر روش‌ها	۰,۰۶۴۸	وصول مطالبات
۰,۰۵۲۶	تأثیرات اقتصادی غیرمستقیم سازمان بر جوامع محلی	۰,۰۶۲۰	مدیریت اقتصادی عرضه و تقاضا با لحاظ تولید پراکنده

سازمان میسر نخواهد شد و بدین منظور نیازمند برخورداری از شاخص‌های ارزیابی عملکرد مناسب هستیم. در این پژوهش به ارائه رویکردی نوین برای استخراج شاخص‌های کلیدی عملکردی در راستای اهداف اقتصادی مبتنی بر اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار در شرکت توزیع برق تهران پرداخته شده است. در مرحله اول با استفاده از تحلیل محتوای اسناد بالادستی و مطالعات تطبیقی، وضعیت مطلوب هر یک از اهداف مدل در قالب موضوعات محوری احصاء می‌شود. در مرحله دوم شاخص‌های کلیدی عملکرد، متناسب با هر موضوع محوری با دریافت نظرات کارشناسان هر بعد استخراج شد. شکل (۱) متدولوژی تدوین شاخص‌های کلیدی عملکرد را به تصویر کشیده است.



مطابق با شکل (۱)، در مرحله اول مبتنی بر روش تحلیل محتوا، منابع اطلاعاتی از جمله ادبیات موضوع در راستای هر یک از اهداف منتخب اقتصادی، مدل GRI، استاندارد ISO26000، مطالعات تطبیقی با سه شرکت توزیع برق در شهرهای لندن، سیدنی و دهلی و همچنین برنامه اصلاح نظام اداری گردآوری شد. در خصوص واحد تحلیل، مطالعات انجام شده در ادبیات مربوطه عموماً یکی از پنج واحد کلمه، موضوع، شخصیت، جمله یا پاراگراف و عنوان را انتخاب می‌کنند که در این مطالعه واحد «موضوع» انتخاب شد تا اطمینان حاصل شود که مبحثی به دلیل تفاوت در واژگان بکاررفته مغفول نماند. در طراحی شاخص‌های مدل نهایی شایستگی اعتماد به موارد زیر توجه شده است:

شاخص‌ها هماهنگ و مطابق با موارد از پیش تعریف شده در مدل GRI نسخه G4 و شاخص‌های اختصاصی صنعت برق در آن مدل،

جدول (۲): شاخص‌های سنجش عملکرد اقتصادی شرکت توزیع برق مبتنی بر

موضوع محوری	شاخص
۲- رعایت عدالت و فراگیری در انتخاب پیمانکاران	میزان شفاف سازی اسناد مناقصه بر اساس ضوابط و مقررات و برگزاری مناقصات بصورت عمومی
	درصد پیمانکارانی که از میان شرکت‌های کوچک و متوسط برگزیده شده‌اند
۳- اثربخشی مدل بنگاهداری شرکت و فعالیت‌های برون سپاری	وجود مدل مدون بنگاه داری شرکت
	رضایت مشترکین از هزینه و مکانیزم خدمات برون سپاری شده
هدف ۴: اثربخشی، عدالت، فراگیری و شفافیت در فرآیندهای تدارکات	میزان استقرار ساختار کنترل و نظارت بر فرایند تامین و نصب تجهیزات توسط پیمانکاران
	میزان استقرار ساختار کنترل و نظارت بر فرایند تامین و نصب تجهیزات توسط پیمانکاران
هدف ۵: کاهش تلفات فنی و غیرفنی توزیع	
۱- کاهش تلفات فنی از طریق بهسازی شبکه‌های توزیع	میزان مطالعات و تدوین اولویت‌های پروژه های کاهش تلفات شبکه توزیع برق
	میزان مطالعات برای تدوین نحوه توسعه سیستم اندازه گیری و شبکه هوشمند برای مدیریت مصرف و کاهش تلفات
۳- همکاری‌های بین سازمانی برای کاهش تلفات غیرفنی و سرعت تجهیزات	وجود مکانیزم آسیب شناسی با رویکرد میزان وجود فرایند تنقیح قوانین و تدوین پیشنهاد از طریق شرکت توانیر /وزارت نیرو برای اصلاح قوانین
	هدف ۶: در دسترس بودن و قابلیت اطمینان بلند مدت و کوتاه مدت برق
۱- طرح‌ها و برنامه‌هایی در راستای بهبود قابلیت اطمینان شبکه توزیع برق	وجود نظام برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت در تامین برق پایدار و قابل اطمینان و مدیریت بحران
	۲- بهبود مراحل و رویه های واگذاری انشعاب
۳- دسترسی برق برای مشتریان و جوامع آسیب پذیر و کم درآمد	وجود مکانیزم بهبود رویه ها و کاهش مراحل اداری و عملیاتی برای دریافت انشعاب برق و با توجه به سیاست‌های دولت الکترونیک
	وجود سیستم شناسایی، ثبت و کنترل مشترکین و متقاضیان آسیب پذیر برای اجرای خدمات ویژه و یا تعرفه‌های مخفف حسب ضوابط و مقررات
هدف ۷: وصول مطالبات	
۱- تسهیل روش‌های پرداخت	میزان مطالعه برای بروز رسانی روش های پرداخت قبوض برق بر اساس سیاست‌های دولت الکترونیک و مسئولیت‌های اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکت

موضوع محوری	شاخص
هدف ۱: کاهش هزینه‌های عملیاتی و سرمایه‌ای	
۱- حداقل سازی هزینه‌های ریسک	وجود مکانیزم مدیریت ریسک دارایی‌ها
	استقرار سیستم مدیریت عملکرد مبتنی بر کنترل هزینه های ریسک
۲- حداقل سازی هزینه‌های جاری	استقرار سیستم مدیریت عملکرد مبتنی بر کنترل هزینه‌های جاری
	درصد توسعه‌ی طرح‌هایی که با هدف کاهش هزینه‌های عملیاتی
۳- حداقل سازی هزینه‌های سرمایه‌ای (CAPEX)	هزینه مصارف انرژی ساختمان‌ها
	استقرار سیستم مدیریت عملکرد مبتنی بر کنترل هزینه‌های شرکت
۴- افزایش سودآوری شرکت	دقت و صحت امکان‌سنجی طرح‌ها
	میزان انحراف هزینه‌ای از بودجه و زمان طرح‌ها
هدف ۲: شفافیت روابط با توانیر	درصد توسعه طرح‌هایی که با هدف کاهش هزینه‌های سرمایه‌ای در شرکت جاری شده‌اند
	وجود طرح جامع برای توسعه شبکه
۱- تدوین روابط شفاف برای دریافت حق الزحمه خدمات فروش انرژی و بدهی های معوقه	درصد افزایش سودآوری شرکت از طریق توسعه روش‌های کسب درآمد (روش‌هایی از جمله کسب درآمد با ارائه مشاوره به شرکت های ملی و بین‌المللی و ...)
	وجود تقویم جلسات منظم با توانیر در خصوص روابط مالی شرکت و توانیر
۲- قیمت عادلانه برقراری انشعاب برق	درصد تحقق پیشنهادات کارشناسی و روش‌های جدید عادلانه نمودن و دریافت به موقع حق الزحمه خدمات فروش انرژی
	درصد توسعه اقدامات استراتژیک مدیران شرکت برای عادلانه نمودن قیمت انشعاب
هدف ۳: اثربخشی فرآیندهای برون‌سپاری و کارفرمایی شرکت	
۱- اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع و نبود ابهام در فرآیندهای برون‌سپاری شرکت	تعداد دفعات بازنگری فرآیندهای عملیاتی - کارفرمایی (اصلاح ساختار) و توسعه مهارت‌ها در فرایند برون‌سپاری
	میزان آموزش و توانمندسازی در حوزه کارفرمایی
۲- تسهیل روش‌های پرداخت	میزان آموزش و توانمند سازی در حوزه پیمانکاران
	کفایت سیستم اطلاع رسانی و پاسخگویی برای شفاف‌سازی اسناد مناقصات

۵. نتیجه‌گیری

شرکت‌های توزیع برق آخرین حلقه زنجیره ارزش صنعت برق و ارتباط با مشتریان نهایی می‌باشد که با توجه به اهمیت برق به عنوان یک کالای زیرساختی زیر ذره‌بین مشترکین، مردم، نهادهای دولتی و عمومی می‌باشند و عملیات و اثرات عملیات آنها بر جامعه و زندگی مردم از حساسیت بیشتری برخوردار است. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی نگرشی استراتژیک به نحوه مدیریت شرکت‌ها است که پایداری فعالیت‌های شرکت‌ها و مدیریت ریسک‌های اجتماعی آنها را تضمین می‌کند. اما باید توجه داشت که پیاده سازی اصول و مفاهیم مسئولیت اجتماعی در چارچوب مأموریت و خدمات شرکت می‌بایست با حفظ توجه به عملکرد مالی آن شرکت صورت گیرد. در پژوهش حاضر، با مطالعه مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار و با تکیه بر چارچوب گزارش دهی جهانی (GRI)، ۱۶ عنوان هدف در راستای توسعه پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت توزیع برق در بعد اقتصادی تبیین گردیده است.

علاوه بر این با تدوین متدولوژی اثربخشی در طراحی شاخص‌های ارزیابی عملکرد، متناسب با ۶ عنوان هدف منتخب مطابق با روش وزن‌دهی شرح داده شده در پژوهش حاضر، ۱۷ موضوع محوری به روش تحلیل محتوای اسناد بالادستی شرکت و مبانی ادبیات موضوع و ۳۲ عنوان شاخص به تفکیک اهداف برای شرکت توزیع برق تهران بزرگ معرفی و مورد تأیید متخصصان و کارشناسان صنعت برق گردید که می‌تواند در سنجش پایداری اقتصادی و مسئولیت‌پذیری سایر شرکت‌های توزیع استفاده شود.

منابع:

[1] global reporting, G4 sector disclosures, Electric utilities, www.globalreporting.org.

[2] Carroll, Archie B. "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders." *Business horizons* 34, no. 4 (1991): 39-48.

[3] Muhammad Mohtsham Saeed, Faria Arshad (2012). Corporate social responsibility as a source of competitive advantage: The mediating role of social capital and reputational capital, *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management* (2012) 19, 219-232.

[4] Aras, Gular, David Crowther (2008). Governance and Sustainability: An investigation into the relationship between corporate governance and corporate sustainability, *Journal of Management Decision* Vol. 46 No.3, pp.433-448.

[5] استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها، مترجم علیرضا امیدوار، مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی، نشر گندمان، ۱۳۹۱.

[