

رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی و توسعه‌ی پایدار (با تأکید بر صنعت برق)

سکینه حسینی رودبارکی-ملیحه خنجری- غلامرضا حیدری

پژوهشگاه نیرو، تهران- شهرک قدس- انتهای بلوار شهید دادمان
s_hoseini41@yahoo.com -Malihekhanjari@yahoo.com

چکیده

هدف از این مقاله بررسی رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار است. سوال اصلی این است که اساساً چه ارتباطی بین این دو مفهوم وجود دارد و صنعت برق به عنوان یک کالای حیاتی کشور در قبال توسعه پایدار چه مسئولیت‌های اجتماعی بر عهده دارد. در این مقاله با روش توصیفی و اسنادی به مرور ادبیات نظری پرداخته شد، بر این اساس، ابتدا به بررسی مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه پایدار و رابطه‌ی این دو مفهوم پرداخته شد و سپس این موضوع در ارتباط با مسئولیت اجتماعی صنعت برق در قبال توسعه پایدار مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد، صنعت برق و شرکت‌های تابعه آن، جز شرکت‌های خدمات عمومی هستند که خدمات آن‌ها برای اقتصاد و کشور ضروری است. با توجه به اهمیت برق به عنوان یک کالای زیرساختی، عملکرد آن، همیشه زیر ذره‌بین مشترکین، مردم، نهادهای دولتی و عمومی بوده است. در پارادایم امروزی کسب و کار، رمز پایداری شرکت‌های بزرگ، تنها سودآوری برای سهامداران و ایفای مسئولیت قانونی نیست بلکه ذینفعان انتظار دارند که شرکت مسئولیت‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و اخلاقی را بر عهده گیرد و در برابر آن‌ها شفاف و پاسخگو باشد. از آن جا که صنعت برق بزرگترین تولیدکننده انرژی در کشور است، ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی آن، می‌تواند علاوه بر تسهیل مسیر حرکت توسعه پایدار، اعتماد اجتماعی به سازمان‌ها و شرکت‌ها را در بین جامعه افزایش دهد.

کلید واژه: انرژی، توسعه‌ی پایدار، صنعت برق، مسئولیت اجتماعی شرکتی

اکنون با گذشت سال‌ها از پیوستن ایران به اعلامیه یاد شده، هنوز شرکت‌های صنعتی فعال و صنایع نیروگاهی و تولید انرژی کشور، به استاندارد مسئولیت اجتماعی توجه چندانی نشان نداده‌اند. هر چند این شرکت‌ها مبادرت به حمایت و ارائه کمک‌های متعدد به ذینفعان خود و جوامع محلی می‌کنند و یا در اهداف و راهبردهای سازمانی بندهایی که از مصادیق مسئولیت اجتماعی است؛ آورده می‌شود، با این حال، حمایت‌ها و کمک‌های یاد شده به صورت پراکنده و جزیره‌ای صورت می‌گیرد و یا اصولاً توجهی به آن نمی‌شود. این در حالی است که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اکنون در بسیاری از کشورهای جهان چه توسعه یافته و چه در حال توسعه مانند هند و مالزی، دوران بلوغ خود را سپری می‌کند و گزارش‌دهی سالانه مسئولیت اجتماعی شرکت و گزارش‌دهی پایداری، امری متداول در نزد آنهاست. توجه به مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنایع تولید انرژی از اهمیت دوچندانی برخوردار است. یکی از مهمترین صنایع تولید انرژی برای کشورها صنعت برق است. تجربه‌های جهانی نشان می‌دهد، که شرکت‌های تولید و توزیع برق در جهان، در برنامه‌های عملیاتی خود مفهوم «مسئولیت اجتماعی» شرکت را به طور جدی به کار گرفته‌اند. آن‌ها در این باره چارچوبی برای انجام خدمات اجتماعی متکی بر رویکرد مشارکتی و استفاده از ظرفیت‌های جوامع پیرامونی تعریف و عملیاتی کرده‌اند. به عنوان مثال، شرکت توزیع نیروی برق دهلی-نو (TPDDL) سیاست خود را بر پایه‌ی استراتژی توسعه‌ی پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکت بنا کرده است و چشم‌انداز، مأموریت و سیاست مسئولیت اجتماعی شرکتی جهت کلی اقدامات آنان را ترسیم می‌کند. معرفی انرژی کارآمد و فن‌آوری سبز، اخلاق مداری، تعامل با جامعه حوزه فعالیت آنها بخش جدایی‌ناپذیر از اساسنامه شرکت است. استخدام و کارآفرینی،

تغییرات سریع و شتابان عصر جدید، سازمان‌ها را با پیچیدگی‌های فزاینده‌ای روبه‌رو ساخته و ضرورت حفظ موقعیت و توسعه‌ی پایدار در چنین محیطی، سازمان‌ها را ناچار به متحول ساختن درون خود برای همگامی با دگرگونی‌های محیطی کرده است. ایجاد تحولات سازنده و موثر و یا تلاش جهت رفع مشکلات و مسائل سازمانی، منوط به استفاده از رویکردهای نوینی است تا از این طریق سازمان همواره امکان کنترل وضعیت و جوانب عملکرد درونی و محیطی خود را داشته و ویژگی‌ها و توان پاسخگویی سریع به الزام‌های محیطی و تطبیق با آنها را در خود ایجاد و تقویت کند. مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) یکی از این رویکردهای نوین است که شرکت‌ها و سازمان‌ها برای تطبیق با شرایط جدید در پیش گرفته‌اند. عملکرد سازمان‌ها به طور مستقیم و غیرمستقیم بر زندگی و حیات فردی و اجتماعی مردم اثر می‌گذارند و همین اثرگذاری، ضرورت قبول مسئولیت در قبال فعالیت‌های سازمان‌ها را ضروری می‌سازد.

۲- طرح مسأله

موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از مولفه‌های توسعه‌ی پایدار در جوامع امروزی به شمار می‌آید که طی آن مناسبات شرکت‌های متعدد و بویژه شرکت‌های صنعتی در قبال ذینفعان و جوامع مورد توجه و بهینه‌سازی قرار می‌گیرد. طبق اعلامیه توسعه هزاره در سال ۲۰۰۰، کشورها متعهد شده‌اند تا سال ۲۰۱۵ در خصوص اهداف توسعه‌ای (نظیر ریشه‌کنی فقر و گرسنگی، کاهش مرگ و میر کودکان، دستیابی به آموزش، دستیابی به محیط‌زیست پایدار و ...) با استانداردهای لازم و تعیین شده دست یابند. با پیوستن ایران به اعلامیه، دفاتر و آژانس‌های سازمان ملل در ایران فعالیت‌های خود را در این زمینه آغاز کردند و شرکت‌ها به مشارکت اجتماعی در تحقق اهداف هزاره دعوت شدند [۱].

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

برق کشور به موضوع مسئولیت اجتماعی‌شان فراهم نموده و به ترسیم مسیر اقدامات برنامه-محور و استراتژیک آنان در چارچوب این نوع مسئولیت، در جهت کمک به توسعه پایدار مدد رساند. بر این اساس، برای پاسخگویی به اهداف این مقاله، ابتدا به بررسی تاریخی و نظری دو مفهوم توسعه‌ی پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکتی خواهیم پرداخت.

۳- روش

مقاله حاضر از نظر هدف علمی و کاربردی، از نظر ماهیت تحقیق توصیفی^۱ تحلیلی و از نظر روش گردآوری اطلاعات اسنادی و کتابخانه‌ای است.

۴- پیشینه

نگرش‌ها و نظریات مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت، سابقه چندانی ندارد. قبل از سال‌های حدود ۱۸۰۰ هنجارها و نگرش‌های اجتماعی، بسیار کم بر اعمال مدیریت اثر داشته است^[۳]. پژوهش‌ها و مقالات بسیاری در کشورهای دنیا درباره‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انجام شده است. موضوع‌های مورد بررسی در این نوع پژوهش‌ها عمدتاً، تأثیر مسئولیت اجتماعی بر سرمایه اجتماعی^[۴، ۵]، روابط متقابل مسئولیت اجتماعی شرکتی و توسعه‌ی پایدار^[۷، ۸، ۹، ۱۰]، اصول و تئوری-های مسئولیت اجتماعی شرکت^[۱۱، ۱۲]، بوده است. پژوهش‌های داخلی را نیز می‌توان تحت دو بخش پژوهش و مقالات علمی انجام شده تقسیم‌بندی کرد. متأسفانه پژوهش‌های میدانی انگشت شماری در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها صورت گرفته است. که عمدتاً پایان-نامه‌های دانشگاهی را شامل می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران با رویکرد الزام به اجرای تعهدات زیست‌محیطی^[۱۳]، درک معنایی زنان منطقه عسلویه از مسئولیت

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، فعالیت‌های خیرخواهانه، فعالیت‌های کسب‌وکار محور، فعالیت‌های جبرانی مثل بازسازی محیط‌زیست برای جبران اثرات زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های شرکت، از اصول سیاست‌های مسئولیت اجتماعی این شرکت محسوب می-شود^[۲].

در ایران، صنعت برق به عنوان یکی از صنایع بزرگ و زیرساختی، علاوه بر تأمین برق مشترکین که در قالب وظایف قانونی و اساسنامه آن تعریف می‌شود، وظایفی نیز فراتر از ضوابطی قانونی دارد که در ارتباط با ذینفعان و به طور کلی جامعه و محیط‌زیست است. از طرف دیگر، بسیاری از پروژه‌های توسعه‌ای و خدمات‌رسانی صنعت برق، دارای تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی است که توجه به تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی این پروژه‌ها در راستای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی شرکت صنعت برق محسوب می‌شود. حال این سوال مطرح است که صنعت برق تا چه اندازه با مسئولیت اجتماعی خود در قبال ذینفعان درونی و بیرونی آشناست؟ و تا چه اندازه در سیاستگذاری‌های کلان و تصمیم-گیری‌های خود موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی را مورد توجه قرار می‌دهد؟ آیا اساساً در اسناد بالادستی وزارت نیرو به این موضوع توجه شده است؟ این سوالات و سوالات بیشتری را می‌توان در این ارتباط مطرح کرد که پاسخگویی به هر یک از آنها مقالات و شاید پژوهش‌های مستقلی را می‌طلبد. این مقاله به دنبال پاسخگویی به دو سوال اساسی است که شاید سوالات بنیادی‌تری باشد. اول آن که، اساساً چه ارتباطی بین توسعه‌ی پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکتی وجود دارد؟ و صنعت برق کشور چگونه می‌تواند با ایفای مسئولیت اجتماعی خود به توسعه پایدار کمک کند؟ این مقاله درصدد است، زمینه را برای توجه شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در صنعت

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

اجتماعی شرکت‌ها[۱۴]، از این جمله‌اند.

ادبیات نظری: توسعه‌ی پایدار

مباحث توسعه از قرن هفدهم و هجدهم میلادی در کشورهای اروپایی مطرح شد و بعد از رنسانس و به دنبال آن انقلاب صنعتی، موج پیشرفت‌های شتابان کشورهای غربی آغاز شد. فشار صنعتی‌شدن و رشد فناوری، توأم با تصاحب بازار و منابع کشورهای ضعیف مستعمراتی باعث شد تا در زمانی کوتاه هم، شکاف بین دو قطب پیشرفته و عقب مانده عمیق شود و هم با افزایش بی‌رویه جمعیت و در پی آن، افزایش نیازها، شاهد کاهش منابع انرژی چون نفت، گاز، ذغال سنگ و E ، کاهش سطح جنگلها، کاهش بازده زمین‌های زراعی، کاهش تنوع زیست محیطی و آلودگی هوا و تشدید منابع آلودگی باشیم[۱۵].

اولین کوشش‌ها برای بازنگری در مفهوم توسعه، ناشی از نگرانی‌های متفکرانی بود که معتقد بودند؛ انسان در حال نابودی محیط‌زیست خود است[۱۶]، این اولین تحول در نگرش توسعه است که در اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ رخ داد و ویژگی آن «بحث درباره‌ی کیفیت محیط‌زیست در برابر رشد اقتصادی و حاکی از تغییر بینش و نگرش درباره‌ی الگوهای سنتی رشد اقتصادی بود»[۱۷] نقش اساسی در تبیین و توجه به توسعه‌ی پایدار به دو کنفرانس و یک کمیسیون مربوط می‌شود. کنفرانس محیط‌زیست استکهلم(۱۹۷۲) و کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه^۱ (1987) با عنوان برانتلند و کنفرانس ریو(۱۹۹۲). مهمترین نتیجه این اجلاس جمع‌بندی آن است که به عنوان دستور

کار ۲۱ شناخته شد و بر اساس آن دولتها موظف شدند چارچوب استراتژیکی خاصی را برگزینند که ترکیب اهداف توسعه‌ای و زیست-محیطی را میسر سازد. یکی از توصیه‌های مهم دستور کار ۲۱، تشکیل کمیسیون توسعه‌ی پایدار در سازمان ملل متحد بود که در حال حاضر اهداف مربوط به توسعه‌ی پایدار را دنبال می‌کند(زاهدی و نجفی). اصطلاح توسعه‌ی پایدار به صورت وسیع بعد از گزارش برانتلند تحت عنوان «آینده مشترک ما» و اجلاس ریو ۱۹۹۲ مطرح شد.

تعاریف و راهکارهای بسیاری در زمینه توسعه‌ی پایدار ارائه شده است. «توسعه‌ی پایدار، توسعه‌ای است که نیازهای فعلی را بدون خدشه‌دار کردن به توانایی نسل آینده برآورد ساخته، نیازهای خود را نیز پاسخ گوید»[۱۸]. توسعه‌ی پایدار به معنای تلفیق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی برای حداکثرسازی رفاه انسان فعلی بدون آسیب به توانایی نسلهای آتی برای برآوردن نیازهایشان می باشد[۱۹]. هم‌چنین اصل ۱ اعلامیه ریو حاکی از این است که انسان محور توجه توسعه‌ی پایدار است و انسان‌ها سزاوار و مستحق یک زندگی سالم و مولد با طبیعت هستند. از سوی دیگر توسعه‌ی پایدار به زبان فنی می‌تواند به عنوان مسیر توسعه‌ای که در آن بهینه‌سازی رفاه برای نسل امروزی که منجر به کاهش رفاه آینده نمی‌شود تعریف شود[۲۰]. از آغاز دهه ۱۹۹۰ اندیشه سیستمی بر توسعه پایدار حاکم شد و تاثیر متقابل اقتصاد، اجتماع و محیط‌زیست مورد توجه قرار گرفت. به طور کلی، تمرکز اصلی توسعه‌ی پایدار که ماهیت این اصطلاح را تعیین می‌کند عبارتند از:

¥ **تأکید بر تأمین نیازهای اساسی:** توسعه‌ای که نیازهای اکنون را برآورده کند؛ بدون آن که توانایی نسل های آینده را برای برآورده کردن نیازهایشان به خطر بیندازد[۳۰] هدف اساسی

۵- مسئولیت اجتماعی شرکتی CSR

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، برای اولین بار در دهه‌ی بیست میلادی مطرح شد، ولی به دلیل رکود بزرگ دهه‌ی ۳۰ میلادی و جنگ جهانی دوم، نتوانست به عنوان یک موضوع جدی تا دهه‌ی ۱۹۵۰ میان رهبران کسب و کار جایگاهی بیابد. در سال ۱۹۵۱، فرانک آبرامز در مقاله‌ای با عنوان «الزام کسب و کار»، مسئولیت اجتماعی شرکت دوباره در کانون توجه قرار گرفت. وی معتقد بود برای آن که، کسب و کار به صورتی منصفانه با محیطی عادلانه اداره شود، لازم است در میان سهامداران، کارکنان، مشتریان و جامعه در مقیاسی وسیع تعادلی سازگار ایجاد شود [۳۵]. در دهه‌های بعد تعاریف، فعالیتها و پذیرش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت به سرعت افزایش یافت. تا سال ۱۹۷۹ که کارول مدل عملکرد اجتماعی شرکت را ارائه داد. به استناد این مدل، CSR، موضوعات اجتماعی و پاسخگو بودن اجتماعی شرکت را به عنوان فلسفه‌ای پیش‌تاز برای رفتار مسئولانه‌ی شرکت مد نظر قرار می‌دهد.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دهه اخیر به پارادایم غالب مسلط حوزه اداره شرکت‌ها تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزیی از استراتژی شرکتی خود می‌بینند. این مفهوم موضوعی است که هم اکنون در کشورهای توسعه یافته و کشورهایی با اقتصاد باز به شدت از سوی تمامی بازیگران از جمله حکومت‌ها، شرکت‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنبال می‌شود [۳۶].

نتیجه بررسی تعاریف مختلف مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد گرچه شباهت‌های زیادی میان این تعاریف وجود دارد اما این تعاریف دستورالعملی واحد برای تصمیم‌گیری

توسعه، برآورده کردن نیازهای انسانی و روانی مثل غذا، پوشاک، مسکن، شغل و بهبود کیفیت زندگی است [۳۱].

¥ **تمرکز بر ارزش‌های اخلاقی:** در مفهوم توسعه‌ی پایدار ارزش‌های اخلاقی نهفته است که با بررسی این مفهوم می‌توان آنها را استخراج کرد. برابری، یکی از مهمترین مفاهیم اخلاقی در توسعه پایدار است.

¥ **تأکید بر ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیطی:** توسعه‌ی پایدار ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی را شامل می‌شود. به منظور رسیدن به توسعه‌ی پایدار این ابعاد می‌بایست به هم تنیده باشند چرا که ستون‌های توسعه پایدار را تشکیل می‌دهند [۳۲].

¥ **تأکید بر حقوق انسانی:** انسان در مرکز توسعه‌ی پایدار قرار دارد (سازمان ملل، ۱۹۹۲). حقوق بشر، قوانین و دستورالعمل‌های آن، بر این نکته تأکید می‌کنند که همه حق دارند تا از آزادی، صلح، امنیت، توسعه، استانداردهای مناسب زندگی، غذا، حاکمیت قانون، برابری جنسیتی، توانمندسازی زنان و عدم تبعیض بهره داشته باشند [۳۳].

¥ **تأکید بر همکاری:** اعلامیه‌های مختلف سازمان ملل، به اهمیت همکاری برای دستیابی به اهداف پایداری اشاره می‌کند. دولت‌ها مسئولیت‌های متفاوتی دارند. آنها می‌بایست در گفتگوهای مستمر در مورد توسعه پایدار مشارکت داشته باشند. توسعه‌ی پایدار، مستلزم مشارکت فعال همه گروه‌های عمده است: زنان، کودکان، جوانان، مردم بومی، سازمان‌های غیردولتی، مقامات محلی، کارگران و اتحادیه‌های صنفی، کسب و کار و صنعت، جامعه‌ی علمی و فن‌آوری، کشاورزان و دیگر ذینفعان از جمله جوامع محلی، گروه‌های داوطلب، بنیادها، مهاجران و خانواده‌ها و نیز افراد معلول و مسن [۳۴].

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

تأثیر قرار می‌دهد. شرکت باید در اتخاذ تصمیمات، 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. ذی‌نفعان به دو گروه ذینفعان داخلی و خارجی شرکت تقسیم می‌شوند. ذی‌نفعان داخلی، کارکنان و سهامداران هستند که به طور مستقیم تحت تأثیر تصمیمات و عملیات شرکت قرار می‌گیرند و ذی‌نفعان خارجی شامل شهروندان، مشتریان، عرضه‌کنندگان، رقبا، دولت و نهادهای اجتماعی‌اند. شرکت در برابر تمامی این ذینفعان مسئولیت‌هایی دارد [۳۹].

مسئولیت‌های اجتماعی بنگاه‌ها را در ۵ دسته طبقه بندی می‌کنند. این مسئولیت‌ها جوانب اصلی فعالیت و عملکرد یک سازمان را در بر گرفته و فقط در کمک‌های نوع دوستانه و خیریه خلاصه نمی‌شود. از بارزترین این ابعاد، مسئولیت اجتماعی شرکتی در توسعه جوامع محلی است که مواردی چون کمک‌های خیریه شرکتها، درگیر شدن بخشی از امکانات شرکت در پروژه‌های اجتماعی، مشارکت با سازمان‌های عمومی و تأسیس بنیادهای خیریه را در بر می‌گیرد.

به طور کلی مدل‌های مختلفی جهت تبیین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در مقابل ذینفعان وجود دارد. مدل فریدمن (۱۹۷۳-۱۹۶۲)، مدل آکرمن (۱۹۷۶)، مدل کارول (۱۹۹۱)، مدل اجتماع و انطباق محیطی، مدل شهروندی شرکتی، مدل ذینفعان، مدل اجتماعی دیویس، مدل جدید CSR [۴۰]. از جمله مدل‌های تبیینی مسئولیت اجتماعی شرکت هستند ولیکن مسئولیت اجتماعی هر شرکت باید با فرهنگ سازمانی، چشم انداز و استراتژی‌های بلندمدت شرکت در یک راستا باشد تا اجرای برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت یک برنامه هزینه‌بر از سوی مدیران و سهامداران تلقی نشود. بنابراین ممکن است مدیران از استراتژی

فراهم نمی‌کنند. مسئولیت اجتماعی معانی متفاوتی برای شرکتها دارد. برخی آن را به عنوان تعهد یا مسئولیت قانونی تلقی می‌کنند؛ برای برخی به معنی رفتاری مسئولانه با رعایت مسائل اخلاقی است. اما مسئولیت شرکت‌ها در حقیقت فراتر رفتن از حداقل الزامات قانونی است که یک سازمان به صورت داوطلبانه می‌پذیرد و آن را جزو منافع بلندمدت تلقی می‌کنند. سازمان بین‌المللی استاندارد، ۷ موضوع کلیدی از مسئولیت اجتماعی را برای بخش خصوصی و عمومی ارائه می‌دهد: حکمرانی سازمانی، توسعه و درگیر شدن جامعه، حقوق بشر، اقدامات مربوط به نیروی کار، محیط زیست، اقدامات عملیاتی منصفانه و موضوعات مشتری [۳۵]. هم‌چنین مجمع جهانی برای توسعه پایدار^۳ (DWBCS) در سال ۲۰۰۱ مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را اینگونه تعریف می‌کند: «تعهد کسب‌وکار و تجارت به همکاری برای توسعه پایدار اقتصادی، کار با کارگران و خانواده‌ی آنها، جامعه‌ی محلی و در نهایت کل جامعه مرتبط است، تا بتوانند کیفیت زندگی-شان را بهبود بخشند» [۳۷]. کمیسیون اروپا (۲۰۱۳) مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مفهومی می‌داند که به موجب آن، «شرکت‌ها مسائل زیست محیطی و اجتماعی را با فعالیت‌های تجاری و تعاملات خود با ذینفعان بر مبنای داوطلبانه همراه می‌کنند» [۳۷] به طوری که، واژه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به ظهور یک جنبش اشاره دارد که به دنبال وارد کردن فاکتورهای محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است. به گونه‌ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط مفید و سودمند باشد [۳۸].

به طور کلی، مسئولیت شرکت به معنای مسئولیت‌پذیری شرکت در پاسخگویی به پیامدهای فعالیت‌هایی است که جامعه را تحت-

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

استراتژی انطباقی: سازمان زمانی که از سوی عوامل خارجی (قوانین، دولت و فشار افکار عمومی) تهدید شده باشد مسئولیت اجتماعی خود را انجام می دهد. ۴. **استراتژی عملگرایانه:** در این استراتژی پیش از آن که مسأله یا مشکل اجتماعی بخواهد به طور ناخواسته رخ دهد، سازمان نسبت به آن واکنش نشان می دهد و آن را از بین می برد (۴۱).

های مختلفی برای انجام مسئولیت اجتماعی استفاده کنند. به نظر کارول سازمانها و بنگاه- های اقتصادی برای انجام مسئولیت اجتماعی سازمانی از چهار نوع استراتژی استفاده می کنند: ۱. **استراتژی واکنشی:** در این استراتژی سازمان معمولاً در صحنه مسئولیت اجتماعی حداقل فعالیت ممکن را انجام می دهند. ۲. **استراتژی تدافعی:** در این استراتژی سازمان تلاش می کند تا با حربه های مختلف از انجام مسئولیت اجتماعی شانه خالی کند. ۳.

جدول (۱). ابعاد مسئولیت اجتماعی

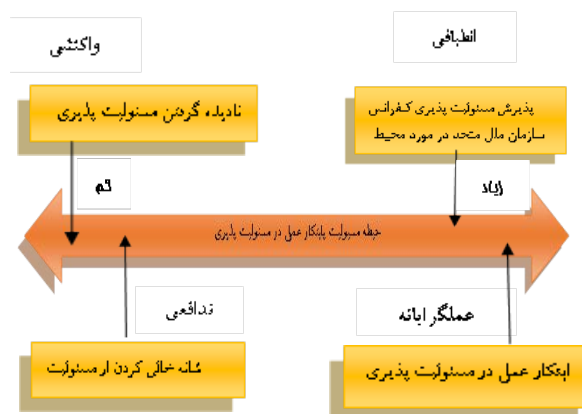
عنوان شاخص	زیر شاخص
۱. مسئولیت اجتماعی شرکت در رهبری و فرایندهای درون سازمانی	انعکاس مسئولیت پذیری اجتماعی در مأموریت و چشم انداز، خط مشی ها و رویه ها، تدوین اصول کاری و کدهای اخلاقی، تطبیق مقررات و آیین نامه ها یا اصول مسئولیت پذیری اجتماعی، رعایت حقوق سهامداران، دستورالعمل های مبارزه یا رشوه و قساد، تصویب برنامه مسئولیت اجتماعی توسط هیئت مدیره و...
۲. مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط کار	ایمنی و سلامتی فیزیکی و روانی کارکنان، آموزش و توانمندسازی کارکنان در حوزه های اجتماعی و زیست محیطی، حقوق بشر و شهروندی، کار شایسته، سیاست عدم تبعیض جنسی قومیتی نژادی مذهبی و .. ، تعادل میان کار و زندگی ، ترفیغ و حمایت و تشویق کارکنان ، تنوع فرهنگی ،
۳. مسئولیت اجتماعی شرکت در بازار و صنعت	توانمند سازی تامین کنندگان و پیمانکاران _ توجه به مسئولیت اجتماعی در زنجیره تامین، حقوق مشتریان و مصرف کنندگان، سرمایه گذاری اجتماعی مسولانه، مسئولیت در قبال محصول، مدیریت خرید مسولانه، لایه کردن مسئولیت پذیر، شناسایی فرصتهای مشارکت یا تامین کنندگان ، افزایش آگاهی مشتریان ، تبلیغات مسولانه ، همکاری یا شرکای زنجیره تامین برای توسعه فناوریهای مساعد اجتماعی و زیست محیطی .
۴. مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط زیست	توسعه پایدار، کاهش الودگی، مدیریت ضایعات، صرفه جویی در انرژی، مدیریت خرید سبز ، استفاده از فناوری های نو ، استفاده مسولانه از منابع ، تنوع زیست محیطی، ارزشیابی عملکرد زیست محیطی
۵. مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور	جامعه محلی، جامعه دانشگاهی، مشارکت یا نهادهای اجتماعی، مشارکت یا سازمانهای غیر دولتی و سازمانهای عمومی ، داوطلبی شرکتی (استفاده از منابع و امکانات شرکت در یک پروژه اجتماعی زیست محیطی فرهنگی) ، حمایت از فعالیتهای داوطلبی کارکنان(فعالتهای داوطلبانه کارکنان و استفاده از مهارتها و قلیلیتهای فردی کارکنان)، کمکهای خیریه و اسپانسرینگ ، برنامه های یازاریایی خیر خواهانه ، استفاده از یستر اجتماعی ، فرهنگی و ورزشی برای توسعه بازار

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) اصطلاح مسئولیت شرکت (CR) به کار می‌رود. چرا که این اصطلاح رویکردی گسترده تر را نشان می‌دهد.

تأکید بر رفتار اخلاقی: مفهوم (CSR) نه تنها توجه به تأثیر عملیاتی شرکت در جوامع مربوطه است بلکه هم چنین بر نیاز به رفتار اخلاقی شرکت‌ها تأکید دارد؛ تا به منافع و ارزش های اخلاقی این جوامع نیز احترام بگذارد. برخی از مقالات (CSR) و اخلاق تجاری را مترادف هم به کار می‌برند. صاحب‌نظران معتقدند که (CSR) بیان اخلاق تجاری در عمل شرکت است.

تأکید بر داوطلبانه بودن: شرکت‌ها پس از پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی خود، تصمیم می‌گیرند به طور داوطلبانه به آنها بپردازند. اساس این هست که، شرکت‌ها به صورت داوطلبانه تعهدات خود را انجام دهند و جوامع را درگیر کنند تا بدین وسیله فرصت‌هایی را برای استفاده مطلوب تر فراهم کنند. گرچه، سیستم ایجاد یا کنترل بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود ندارد؛ اما این بدان معنا نیست که شرکت‌ها به وسیله مقررات دولتی یا انتظارات اجتماع محلی و ذینفعان نمی‌توانند انگیزه‌ای برای انجام تعهدات خود بگیرند. در عمل، در اکثر شرکت‌ها، مسئولیت اجتماعی به شکل فعالیت‌های خیریه بدون هدف سودآوری انجام می‌گیرد. به عنوان مثال، کمک مالی یا تجهیزاتی به سازمان‌های مدنی، مشارکت در رویدادهای اجتماعی و حمایت از ابتکارات داوطلبانه کارکنان. نمونه‌های دیگر مسئولیت اجتماعی شرکت، ابتکارات پایداری است که مصرف منابع را کاهش می‌دهد یا مقدار تولید زباله را به حداقل می‌رساند و هزینه‌های پایین‌تری را به وجود می‌آورد. مثال‌های دیگر، سرمایه‌گذاری در بهبود شرایط کاری کارکنان، ارائه خدمات بهداشتی یا ارائه آموزش به



به طور کلی، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی در ادبیات نظری، به سه رویکرد دسته‌بندی می‌شود. این رویکردها عبارتند از: **رویکرد نئولیبرال**: در واقع همان رویکرد میلتون فریدمن است. او در سال ۱۹۷۰ بیان کرد که یک و تنها یک مسئولیت اجتماعی برای کسب و کار وجود دارد و آن استفاده از منابع در فعالیت‌های طراحی شده برای افزایش سود می‌باشد. **رویکرد نئوکینزی**: بیشتر توجهات به جنبه داوطلبانه بودن اصول مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. **رویکرد اقتصاد سیاسی تندور(رادیکال)**: طرفداران این دیدگاه انتقادهایی جدی برای بحث در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت مطرح کرده‌اند [۴۲]. مانند مفهوم توسعه پایدار، CSR چند ویژگی مهم دارد که عبارتند از:

تمرکز بر روابط متقابل اجتماع و محیط-زیست: شرکت‌ها در یک فضای یکپارچه جامعه و محیط فعالیت می‌کنند. آنها بر تأثیر عملکرد خود بر جامعه و محیط زیست آگاهند و می‌خواهند تأثیر مثبتی بر آنها داشته باشند.

تأکید بر رویکرد ذینفعان: شرکت‌ها در طول فعالیت خود تلاش دارند تا منافع سهامداران و ذینفعان را مورد توجه قرار دهند. همان‌طور که ذینفعان نیز نگران رفتار مسئولانه شرکت‌ها هستند. به تازگی، به جای

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

مطالعه اسناد مربوط به توسعه پایدار به وضوح نشان می‌دهد که، توجه و تأکید به مسئولیت-پذیری در دستیابی به توسعه پایدار از مسئولیت‌پذیری دولتها به تنهایی به مسئولیت-پذیری همه بازیگرهای حاضر در عرصه اقتصادی تغییر کرده است [۴۴]. نقش کسب و کار شرکت‌های بزرگ و شرکت‌های کوچک اهمیت بسیار یافته و نقطه‌ی عطف توسعه پایدار شده است. در همین راستا، کنفرانس سازمان ملل در مورد محیط زیست و توسعه (UNCED) و اجلاس سران در ریودوژانیرو در سال ۱۹۹۲ سازماندهی شد که هدف آن تقویت گروه‌های اصلی در توسعه پایدار بود. این کنفرانس‌ها نقطه‌ی عطفی در تأکید بر نقش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در توسعه پایدار بود.

کارکنان و اجتماع محلی است. چنین ابتکاراتی می‌تواند بهره‌وری را افزایش دهد و به حفظ کارکنان کمک کند [۴۳].

با توجه به نکات فوق، مسئولیت‌پذیری شرکتها به واسطه ابلاغ یک آیین‌نامه اجرایی شکل نمی‌گیرد و مدیریت توانایی این مسئولیت‌پذیری را دارد که CSR را یک فرایند مستمر بداند، دائماً نیازهای گروه‌های ذینفع را شناسایی و پاسخ‌های مفید را برای آنها تعریف و اجرا کند. در این فرایند مدیریتی موفق است که دارای پویایی لازم و مکانیزم‌های اصلاح رفتاری کارا باشد.

۶- رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت و توسعه‌ی پایدار به مدت طولانی به طور جداگانه و مجزا رشد کردند. و روشن نبود که چه رابطه‌ای بین این دو وجود دارد. برای پیدا کردن رابطه‌ی بین توسعه پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکتی، بهرینگر (۲۰۱۶) به بررسی و تحلیل محتوای اسناد کنفرانس توسعه پایدار پرداخته است. کنفرانس‌های مطالعه شده بر اساس پلت فرم توسعه پایدار انتخاب شدند. جدول (۱)، خلاصه‌ای از نحوه‌ی شکل‌گیری حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت در اسناد مربوطه به توسعه پایدار را نشان می‌دهد.

به روشنی در اسناد دیده می‌شود که در آغاز، فقط به شرکت‌های بزرگ اشاره شده است اما در دهه‌ی ۱۹۹۰، نقش مهم و حیاتی کمپانی‌ها در توسعه پایدار مشخص شد. برای اولین بار، در پایان دهه ۱۹۹۰، اصطلاح «مسئولیت شرکت» در اسناد مربوط به توسعه‌ی پایدار پدیدار شد. در سال ۲۰۰۰ مشارکت در توسعه‌ی پایدار مورد توجه قرار گرفت و به عنوان وظیفه شرکت‌ها و الزامات مسئولیت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری شرکتی بر آن تأکید شد.

سال	کنفرانس
۱۹۹۲	کنفرانس سازمان ملل متحد در مورد محیط زیست (کنفرانس استکهلم) تأکید بر وظایف دولت‌ها، تنها اشاره به رفتار مسئولانه افراد، شرکت‌ها و اجتماعات در حفاظت و بهبود زیست در ایجاد کامل انسانی آن است.
۱۹۸۷	گزارش کمیته جهانی محیط زیست و توسعه- آینده مشترک ما (گزارش Brundtland) رجوع به مسئولیت شرکت‌های خصوصی، از کسب و کارهای یک نفره تا شرکت‌های بزرگ چند ملیتی لذت اقتصادی بیشتری نسبت به بسیاری کشورها هستند.
۱۹۹۲	کنفرانس سازمان ملل متحد در زمینه محیط زیست و توسعه (UNCED) اجلاس سران (ریودوژانیرو) تأکید بر نقش گروه‌های اصلی صنعت و کسب و کار است. از جمله شرکت‌های فرا ملیتی، کسب و کار کوچک و بزرگ که نقش محوری در توسعه پایدار بازی می‌کنند.
۱۹۹۴	برنامه باربادوس Barbados مشارکت فعال صنعت و کسب و کار نیاز است. فعالیت‌های توسعه پایدار می‌بایست به وسیله وام‌ها شرکت در سطح جامعه حمایت شود.
۱۹۹۷	جلسه ویژه مجمع عمومی برای بررسی و ارزیابی اجرای دستور ۲۱ (نیویورک) مسئولیت‌پذیری و مشارکت شرکت‌ها از جمله شرکت‌های بزرگ مهم است. آن‌ها می‌بایست کنترل‌ها پایدار را به کار ببرند و مصرف پایدار را بهبود بخشند.
۲۰۰۲	اجلاس جهانی توسعه پایدار (WSSD)، نشست ژوهانسبورگ تأکید بر مسئولیت جمعی است. هر دو شرکت‌های بزرگ و کوچک، وظیفه دارند تا به توسعه پایدار کمک و در آن مشارکت کنند. در این هدف، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و مسئولیت‌پذیری آنان مورد نیاز است.
۲۰۱۲	کنفرانس سازمان ملل متحد در مورد توسعه پایدار، ریو ۲۰ (ریودوژانیرو) «آینده مشترک ما» نیاز به مشارکت و مشارکت فعال همه گروه‌های اصلی در همه سطوح دارد. م. اجتماع شرکت‌ها و شیوه‌های کسب و کار مسئولیت‌پذیر اهمیت دارد.
۲۰۱۵	اجلاس توسعه پایدار سازمان ملل متحد ۲۰۱۵ (نیویورک) بخش کسب و کار باید به توسعه پایدار و دستیابی به اهداف توسعه پایدار SD در چارچوب مشارکت کمک کند.

دستور ۲۱، نقش کسب و کارهای کوچک و بزرگ را در توسعه‌ی پایدار نشان می‌دهد [۳۹]. در فصل هشتم دستور ۲۱ آمده است: «گرچه

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

شد. این طرح سعی دارد تا شرکت‌ها را متقاعد کند که مسئولیت‌های اجتماعی را به طور جدی در برنامه‌های استراتژیک خود قرار دهند. طرح CSR در کنار طرح مشارکت در حاکمیت، آغازگر ابتکارها و اقداماتی در راستای فقرزدایی، حاکمیت خوب و ایجاد جو سرمایه‌گذاری منطقی و مناسب است [۴۷]. همان‌طور که در جدول (۱) آمده است، اجلاس جهانی توسعه‌ی پایدار (WSSD) در نشست

ژوهانسبورگ (۲۰۰۲)، تغییرات اساسی از مسائل محیط‌زیست به توسعه‌انسانی و اقتصادی به دلیل اهداف توسعه هزاره وجود دارد [۴۸]. بین دیدگاه کنفرانس ریو (۱۹۹۲) و ژوهانسبورگ (-) (۲۰۰۲) تفاوت قابل ملاحظه‌ای از نظر افزایش حضور و علاقه کسب و کارها وجود دارد که نشان‌دهنده‌ی علاقه‌ی کسب و کارهای کوچک و بزرگ به توسعه‌ی پایدار است، اما نکته مهم این است که، شرکتها باید واقعاً به توسعه‌ی پایدار متعهد باشند. این فرایند باید از طریق ابزارهایی مانند تسهیلات مالیاتی و حسابداری، گزارشگری زیست‌محیطی و اجتماعی (گزارش پایداری) و هم‌چنین از طریق تهیه سیاست‌های تشویقی مناسب از طریق مقامات محلی صورت گیرد. تأکید بیشتر بر شرکت‌های کوچک و متوسط است در زمینه‌هایی مانند انرژی‌های تجدیدپذیر و سیستم‌های آب و برق که می‌تواند باعث ایجاد شغل و کاهش فقر شو [۴۹].

جمله «ما از شرکت‌ها نمی‌خواهیم چیزی متفاوت از کسب و کار عادی خودشان انجام دهند: ما از آنها می‌خواهیم تا کارهای عادی خود را متفاوت انجام دهند». به روشنی به CSR به عنوان یک رویکرد مدل کسب و کار جدید اشاره می‌کند. توسعه‌ی پایدار باید در استراتژی‌ها و برنامه‌های شرکت‌ها، از جمله در سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کار، یکپارچه شود [۴۹].

کنفرانس سازمان ملل متحد در مورد توسعه‌ی

بیش از ۱۴۰ کشور نهادهایی را جهت حمایت از محیط‌زیست به وجود آورده‌اند و شرکت‌های بزرگ فراملی، پیرامون توجه و نگرانی زیست-محیطی خود تبلیغ می‌کنند، اما هم‌چنان دفاع از محیط‌زیست پس از وقوع حوادث انجام می‌گیرد و کمترین اهمیت را داراست. در حساب-های ملی مربوط به محاسبه‌ی تولید ناخالص ملی (GNP)، مصرف منابع تجدیدناپذیر، به عنوان تولید مطرح می‌شود و هیچ رقمی جهت هزینه نابودی منابع خاک و آب در نظر گرفته نمی‌شود. در این فصل، برنامه کار ۲۱ از ملت‌ها و شرکت‌ها می‌خواهد که هزینه‌های حمایت محیط‌زیست، تخریب و بازسازی آن را از همان ابتدا در تصمیم‌گیری‌های خود بگنجانند و بدون تأخیر تحقیقات لازم جهت، محاسبه‌ی این هزینه‌ها را انجام دهند و الزاماتی را به وجود آورند که این ملاحظات را در تمام سطوح تصمیم‌گیری مدنظر قرار دهد [۴۵]. اصول و تعهدات برای توسعه‌ی پایدار که در دستور کار ۲۱ قرار داشتند، در کنفرانسی در باربادوس در سال ۱۹۹۴ تأیید شد و اقدامات و سیاست‌های خاص گروه‌های اصلی در سطح ملی و سطوح بین‌المللی، مورد توجه قرار گرفت. هم‌چنین، یک جلسه ویژه مجمع عمومی سازمان ملل، برای بررسی و ارزیابی اجرای دستور کار ۲۱ در نیویورک در سال ۱۹۹۷ برگزار شد. بر اساس ارزیابی صورت گرفته، بسیاری از شرکت‌های کوچک و بزرگ «کسب و کار سبز» را به شکل جدیدی تبدیل کرده‌اند. یکی از اهداف مرتبط با کسب و کار در این قطعنامه، تقویت تعامل با گروه‌های عمده از طریق گفتگوی متمرکز برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد و شیوه‌های توسعه پایدار و حمایت از ترویج مسئولیت‌های شرکت‌ها و مسئولیت پذیری کسب و کار بود [۴۶].

بعد از آن، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رقابت پایدار در همایش اقتصاد جهانی داووس در ۲۰۰۰ مطرح شد. هدف آن، تلاش هر چه بیشتر جهت رسیدن به توسعه‌ی پایدار بیان

دوازدهمین همایش بین‌المللی انرژی

صنایع تولید انرژی و شرکت‌های توزیع برق در جهان، در برنامه‌های عملیاتی خود مفهوم «مسئولیت اجتماعی» را به کار گرفته‌اند. آن‌ها در این باره چارچوبی برای انجام خدمات اجتماعی متکی بر رویکرد مشارکتی و استفاده از ظرفیت‌های جوامع محلی تعریف کرده و عملیاتی کرده‌اند.

هر چند مفهوم امروزین و نوین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران به صورت جدی برای هیچ یک از بازیگران مهم اقتصادی، ذکر نشده اما این مفهوم برای شرکت‌های ایرانی در قالب مفاهیمی چون وقف، وام‌های قرض‌الحسنه، نقش پدرسالاری صاحبان سرمایه، کمک‌های خیریه و ... به صورت فردی و شخصی، و بر پایه‌ی ارزش‌های اخلاقی، دینی و عرفی از گذشته وجود داشته است [۲]. همان‌طور که پیشتر گفته شد، طبق اعلامیه توسعه هزاره در سال ۲۰۰۰، کشورها متعهد شده‌اند تا سال ۲۰۱۵ در خصوص اهداف توسعه‌ای به استانداردهای لازم دست یابند، با پیوستن ایران به این اعلامیه، دفاتر و آژانس‌های سازمان ملل در ایران فعالیت‌های خود را در این زمینه آغاز کردند و شرکت‌ها به مشارکت اجتماعی در تحقق اهداف هزاره دعوت شدند. علی‌رغم گذشت سال‌ها از پیوستن ایران به اعلامیه یاد شده، هنوز شرکت‌های صنعتی در مناطق فعال عملاً به استاندارد مسئولیت اجتماعی نپرداخته‌اند. البته در سال‌های اخیر وزارت نفت با بکارگیری مشاور اجتماعی در سطح مشاور وزیر به این امر توجه خاص نشان داده است.

در حال حاضر در وزارت نفت شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی (CSR) و Corporate social responsibility و کمیته اجرایی آن تشکیل شده است وظایف پیشنهادی شورای سیاست‌گذاری مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی - سازمانی (CSR) در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی کشور، مواردی هم‌چون

پایدار، ریو +۲۰ اذعان داشت که نیاز به توسعه‌ی پایدار، اصلی ضروری در تمامی سطوح محلی، ملی و بین‌المللی است. ادغام جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی و شناخت ارتباطات آنها، به منظور دستیابی به توسعه پایدار در تمام ابعاد آن، مورد تأیید و امری ضروری است. در این کنفرانس، مجدداً تأیید شد که «هرگونه تلاش برای تسریع در دستیابی به اهداف توسعه‌ی انسجام‌یافته بین‌المللی، از جمله اهداف توسعه هزاره تا سال ۲۰۱۵، اجرای توسعه‌ی پایدار است که نیاز به دخالت فعال بخش‌های عمومی و خصوصی دارد، به همین دلیل اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و شیوه‌های کسب و کار مسئولانه، مانند آنچه که توسط قرارداد جهانی سازمان ملل متحد ترویج می‌شود، باید مورد توجه قرار گیرد. بدین منظور، گزارشگری پایداری سازمانی و بهبود مستمر پاسخگویی و شفافیت باید ارتقا یابد [۴۹].

آخرین نشست بین‌المللی در مورد توسعه‌ی پایدار توسعه‌ی پایدار سازمان ملل در سال ۲۰۱۵ (نیویورک) است. نتایج نشست بر این نکته تأکید می‌کند که، بخش کسب و کار باید به توسعه‌ی پایدار و دستیابی به اهداف توسعه پایدار SD در چارچوب مشارکت جهانی کمک کند. در چارچوب مشارکت جهانی برای توسعه‌ی پایدار، بخش کسب و کار از شرکت‌های کوچک و تعاونی‌ها گرفته تا شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی باید در تغییر الگوهای مصرف و تولید، با سرمایه‌گذاری، نوآوری، ایجاد شغل، انطباق با حقوق بین‌الملل و حقوق بشر، استانداردهای زیست محیطی و بهداشت مشارکت کرده و با ایفای نقش مسئولیت اجتماعی خود، جهان را در رسیدن به توسعه پایدار یاری کنند. [۵۰].

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

بلکه، لازم است این موضوع در بالاترین سطح، مورد توجه وزارت نیرو قرار گیرد و الویتها و استانداردهای آن تعیین شود. همانطور که در سند همایش اقتصاد جهانی داووس در ۲۰۰۰ مطرح شد شرکتها و سازمانها میبایست مسئولیت‌های اجتماعی را به طور جدی در برنامه‌های استراتژیک خود قرار دهند. صنعت برق در کنار فعالیت‌های خود در عرصه تولید و توزیع انرژی در کشور میبایست به مسئولیت اجتماعی خود در قبال کارکنان، مشتریان و دیگر ذینفعان خود آگاه باشد و در جهت ایفای مسئولیت خود گام بردارد. چرا که مسئولیت اجتماعی یکی از مهمترین ابزارهای دستیابی به توسعه پایدار به شمار می‌آید. بدین منظور، صنعت برق در تدوین خط مشی‌ها و رویه‌های مشروعیت اجتماعی خود باید بر سه حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی یعنی توسعه اجتماعی، توسعه زیست محیطی و توسعه اقتصادی تمرکز کرده و به کارکرد مدیریت ذی-نفعان در فعالیت‌های خود و ارتباط آن با اجتماع آگاه باشند. در واقع، صنعت برق باید تلاش کند به تقاضای روزافزون برای انرژی به شکل مسئولانه پاسخگو باشد. برای دستیابی به این هدف میبایست، چشم انداز، ماموریت و سیاست مسئولیت اجتماعی شرکت جهت کلی اقدامات اجتماعی را مشخص کند. تعهد به استفاده از انرژی کارآمد و فن‌آوری سبز، برقراری ارتباط با مشتریان و افزایش در خدمات توزیع، تعامل با جامعه و برنامه‌های رفاهی می‌تواند از جمله اقدامات مسئولیت اجتماعی صنعت برق باشد.

با توجه به ضرورت توجه همه نهادها و ارکان-های جامعه به توسعه پایدار، ضروری است تمامی شرکتها و سازمان‌های زیر مجموعه وزارت نیرو به خصوص در صنعت برق، اقدامات و فعالیت‌های خود را در راستای آن تنظیم کنند. موضوع مسئولیت اجتماعی نیز یکی از اهرم‌های تأثیرگذار هم در بهبود رضایتمندی

سیاستها و خط‌مشی‌های کلان، هدف‌گذاری و تدوین چشم‌انداز توسعه‌ای، سازوکار و فرآیندهای تدوین نظامنامه، ساختار اجرایی مسئولیت اجتماعی در صنعت پتروشیمی در سطوح کلان، میانی و خرد را شامل می‌شود. هم‌چنین وزارت نفت با تدوین منشور مسئولیت اجتماعی و برگزاری همایش «مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت» به این امر توجه خاص نشان داده است. وزارت راه و شهرسازی نیز دومین وزارتخانه‌ای است که «نظامنامه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی وزارت راه و شهرسازی و شرکتهای مادر تخصصی» را تدوین کرده است. این در حالی است که موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتها اکنون در بسیاری از کشورها دوران بلوغ خود را سپری می‌کند و گزارش‌دهی سالانه مسئولیت اجتماعی شرکت و گزارش دهی پایداری امری متداول در برنامه آنهاست.

با مطالعه اسناد موجود وزارت نیرو می‌توان گفت، بکارگیری مفهوم مسئولیت اجتماعی در صنعت برق ایران، گرچه به وضوح بیان نشده است اما در سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ در بخش برق و انرژی وزارت نیرو، ۱۸ راهبرد اساسی بیان شده است که برخی آنان از مصادیق مسئولیت اجتماعی شرکتی هستند: نهادینه کردن نظام مشتری‌مداری و حمایت از حقوق مشترکین، سازگاری زیست‌محیطی و ارتقا ایمنی در فعالیت‌های صنعت برق، ارتقا و توسعه نظام ارتباط و پاسخگویی مناسب به نیازها و انتظارات ذی‌نفعان و بهبود شاخص‌های کیفیت خدمات به منظور احقاق حقوق شهروندی، تکریم مردم و ارتقا رضایت آنان [۵۴].

برای آن که توسعه پایدار به بخشی از رویکرد و استراتژی اصلی صنعت برق و شرکت‌های وابسته آن، تبدیل شود؛ صرفاً بیان کلی اهداف و راهبردهای پایداری در سند کفایت نمی‌کند

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

[1] امیدوار، علیرضا (۱۳۸۷)، «ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تکمیل کننده و جایگزین سیاست ها و وظایف دولت»، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، گروه پژوهش های فرهنگی و اجتماعی، پژوهشنامه شماره ۲۱.

[۲] گروه مدیریت و علوم اجتماعی پژوهشگاه نیرو (۱۳۹۵)، «نجم مطالعات تطبیقی و بررسی سه شرکت توزیع برق در جهان»، کارفرما: شرکت توزیع برق تهران بزرگ.

[۳] مهدی زاده، نسرین (۱۳۷۸)، «بررسی رابطه-ی بین توجه به مسئولیت اجتماعی و عملکرد بازاریابی شرکت ها»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی مرکزی موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی الغدیر.

[۴] Antoni Giacomo Degli, Portale Elisa, "The effect of corporate social responsibility on social capital creation in social cooperatives", JEL Classification: M۱۴; L۳۱, Z۱۳

[۵] Lins Karl V., Serves ,Henri and Ane Tamayo(2017) "Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis", THE JOURNAL OF FINANCE □ VOL. LXXII, NO. 4

[۶] Giacomo Degli Antoni, Portale Elisa(2007) The effect of corporate social responsibility on social capital creation in social cooperatives□, JEL Classification: M14; L31, Z13

[7] Ebner, Daniela& Baumgartner ,Rupert J. (2008), □The relationship between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility□,Corporate

دی نفعان و ارتقا کیفیت خدمات صنعت برق و هم دسیایی به توسعه پایدار است. هم چنین شفافیت و پاسخگویی سازمان به ذینفعان و تعهد به اصول اخلاقی می تواند اعتماد ذینفعان (مردم، مشترکین، زنجیره تأمین شرکت و نهادهای عمومی و دولتی) به شرکت را بهبود بخشد و اعتماد اجتماعی در طولانی مدت ایجاد کند. بنابراین کسب و کار مسئولانه شرکت همراه با تولید ثروت، منجر به خلق ارزش هم برای جامعه و هم برای سازمان خواهد بود. بدین منظور پیشنهادات زیر ارائه می شود:

توجه سطوح بالای مدیریتی وزارت نیرو به مسئولیت اجتماعی شرکتی

ایجاد ساختار و داشتن استراتژی و برنامه یکپارچه و مشخص در قالب موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت

تدوین استانداردهای مسئولیت های اجتماعی در صنعت برق

الزام شرکت های تابعه به گزارش دهی پایداری سالانه

- تهیه پیوست اجتماعی برای پروژه های عملیاتی صنعت برق
- تشکیل کمیته تدوین سیاست های مسئولیت اجتماعی در وزارت نیرو
- تدوین نقشه راه مسئولیت اجتماعی شرکتی در وزارت نیرو
- کمک به تحقق مشارکت میان صنعت برق، مردم، جامعه مدنی و رسانه ها
- تنویر افکار عمومی در خصوص اقدامات صنعت برق

منابع

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

اجتماعی شرکت ها (مطالعه مردم نگارانه)، مجله زن در توسعه و سیاست، دوره ی ۱۳، شماره ۱، صص ۲۲

[15] [مهبشوری ش، (۱۳۷۸)؛ توسعه ی پایدار و مدیریت دولتی در هند، مدیریت توسعه، مجموعه نهم از انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.

[۱۶] [یانگ، ت، برتون ام، پی (۱۳۷۷)، پایداری کشاورزی با تعریف و دلالت های آن در سیاست تجارتي و کشاورزی، انتشارات موسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. پ

[۱۷] CESD(2013), Achieving Sustainable Development Through Corporate Social Responsibility, center for economic and social development.

[۱۸] [الوانی، مهدی. قاسمی، احمد. (۱۳۷۷)، "مدیریت و مسئولیت های اجتماعی سازمان"، مرکز آموزش مدیریت دولتی.

[۱۹] [امیدوار، علیرضا. (۱۳۸۷)، "ترویج مسئولیت اجتماعی شرکتها، تکمیل کننده و جایگزین سیاستها و وظایف دولت"، پژوهشنامه شماره ۲۱- پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام گروه پژوهش های فرهنگی و اجتماعی.

[۲۰] Chandler. & Werther, Jr., W.B. (2014), "Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders, Globalization, and Sustainable Value Creation", Los Angeles: Sage Publications.

[21] Davis, K. (1975), "Five propositions for Social Responsibility," Business Horizons, June, vol. 18, no. 3, pp. 19-24.

Responsibility Research Conference, Dublin.

[8] Fontaine, Michael (2013), "Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line?", International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 40.

[9] ESD(2013), "Achieving Sustainable Development Through Corporate Social Responsibility", center for economic and social development.

[10] Dodh Pankaj, Singh Sarbjeet , and Ravita(2013), "Corporate Social Responsibility and Sustainable Development in India". Global Journal of Management and Business Studies. ISSN 2248-9878 Volume 3, Number, Research India Publications.

[11] Crowther David, Esther Martinez Ortiz (2004), Corporate social responsibility: history and principles, Social Responsibility World; Penang; Ansted University Press, 2004, pp 102-107

[12] Crowther David, Martinez Esther Ortiz(2004), Corporate social responsibility: history and principles, Social Responsibility World; Penang; Ansted University Press. pp 102-107.

[13] [قدردان، مرضیه (۱۳۹۳)، مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران با رویکرد الزام به اجرای تعهدات زیست محیطی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حقوق گرایش نفت و گاز، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

[14] [ایمان، محمدتقی، بذرافکن، مهتا (۱۳۹۴)، درک معنایی زنان منطقه عسلویه از مسئولیت

دوازدهمین همایش بین المللی انرژی

علیرضا. (۱۳۸۹)، "راهنمای چارچوب گزارش‌دهی جهانی پایدار"، مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.

[30] www.globalreporting.org

[31] مترجم پارساییان، علی. و اعرابی، سید محمد. (۱۳۷۹)، " خلاصه‌ی کتاب مدیریت استراتژیک (فرد.آر. دیوید)،" دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

[۳۲] فرمد، مجید. توانپور، مصطفی. خودی، مریم. امینی، فیروزه، صابرفتاحی، لیدا. سلیمانپور، پانته‌آ. گل‌قهرمانی، نسرین. (۱۳۹۵)، " ترازنامه انرژی سال ۱۳۹۳"، معاونت امور برق و انرژی، دفتر برنامه‌ریزی‌های کلان برق و انرژی.

[22] A.B. (1991), "The Carroll, Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders," Business Horizons, July-August 1991, vol. 34, no. 4, pp. 39-48.

[23] Lantos, G.P. (2001), "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility," Stonehill College, North Easton, MA 02357.

[24] A. (2008), "Three GEVA, Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory, Research, and Practice," Business & Society Review, vol. 113, no. 1, pp. 1-41.

[25] Wood, D.J. (1991), "Corporate Social Performance Revisited," The Academy of Management Review, vol. 16, no. 4, pp. 691-718.

[26] Visser, W. (2011), "The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the NewDNA of Business," Journal of Business Systems, Governance and Ethics, vol. 5, no. 3, pp. 7-22.

[27] Castka, P. & Bamber, C.J. & Bamber, D.J. & Sharp, J.M., "Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems – in search of a feasible CSR management system framework," The TQM Magazine, vol. 16, no. 3, pp. 216-224, 2004.

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

[۲۹] مترجم خارستانی، طاهره. و امیدوار،