کارگاه‌هایی که مخاطبانشان نبودند

حسین اطمینان: «مسئولیت اجتماعی» چندسالی است که وارد ادبیات صنعتی و معدنی ایران شده. حالا صاحبان صنایع و معادن متوجه شده‌اند علاوه بر اشتغال و درآمدزایی مسئولیت‌های دیگری هم در قبال مردم و جامعه دارند. بدون شک هر نوع صنعت و یا معدنی که در یک شهر تاسیس می‌شود، پیامدهای اجتماعی و زیست‌محیطی زیادی به همراه دارد و مسئولان این صنایع و معادن باید بدانند در قبال این پیامدها مسئولند و باید برای حل معضلات اجتماعی و زیست‌محیطی گام بردارند. اما مسئولیت اجتماعی چیست و چه نوع فعالیت‌هایی در این مفهوم جای می‌گیرند. مهم‌ترین مشکلی که هم‌اکنون در رابطه با مسئولیت‌های اجتماعی به چشم می‌خورد این است که مدیران ارشد صنایع و معادن هنوز به اهمیت این موضوع پی نبرده‌اند و به نوعی آن را یک کار خیر می‌دانند. با اکثر مدیران مجموعه‌های صنعتی و معدنی که صحبت می‌کنی و یا مصاحبه‌های آنها را می‌خوانی پی می‌بری آنها درک صحیحی از مسئولیت اجتماعی ندارند و به نوعی این وظیفه بسیار مهم را به برگزاری جشنواره‌ها و حمایت از فلان نهاد فرهنگی تقلیل می‌دهند. مسئولیت اجتماعی دامنه‌ای بسیار گسترده است که نتایج متعهد بودن به این مسئولیت می‌تواند برای صنایع و معادن بازدهی اقتصادی هم به همراه داشته باشد. این روزها جشنواره فرهنگی، هنری گل گهر در حال برگزاری است. در این جشنواره که بیشتر جنبه‌ی بالا بردن نشاط اجتماعی را به همراه دارد، پنل‌های تخصصی هم برگزار می‌شود و مخاطبان خاص می‌توانند در آنها شرکت کنند. یکی از پنل‌های پراهمیتی که در این جشنواره برگزار شد، پنل تخصصی مسئولیت‌های اجتماعی بود که چهار شب ادامه داشت. این سلسله نشست‌ها به آموزش مسئولیت‌های اجتماعی به صورت علمی پرداخت و قرار بود این مفهوم را کاملا برای جامعه هدف خود که مدیران شرکت صنعتی معدنی گل گهر است روشن کند. اما برخلاف انتظار تقریبا هیچ کدام از مدیران حتی میانی گل گهر هم در این چهار شب حضور نیافتند و این نشست‌ها بیشتر در حضور اصحاب رسانه و فعالان حوزه اجتماعی برگزار شد. چهارشنبه‌شب هفته گذشته مهسا علی‌بیگی پژوهشگر حوزه مسئولیت‌های اجتماعی در اولین شب از این کارگاه‌ها به مفهوم علمی مسئولیت‌های اجتماعی پرداخت. او این مفهوم را با تکیه بر شرکت‌های معدنی تشریح کرد. در شب دوم مینا کامران تسهیل‌گر اجتماعی کمپین مدرسه‌سازی «ایران من» از توسعه پایدار در یکی از روستاهای سیستان‌وبلوچستان صحبت کرد و تجربه عملی‌اش در این رابطه را با شرکت‌کنندگان در میان گذاشت. او توضیح داد که برای یک کار که منجر به توسعه پایدار شود نیاز آن‌چنانی به پول نیست. کارگاه سوم را امین شول‌سیرجانی برگزار کرد. این روزنامه‌نگار همشهری مراحل تدوین مسئولیت‌های اجتماعی در یک شرکت را توضیح داد. او به این موضوع پرداخت که هر شرکتی می‌خواهد به موضوع مسئولیت‌های اجتماعی ورود کند، نیازمند چشم‌انداز روشن و فهم دقیقی از این مفهوم است. در شب چهارم که با حضور محمد حاتمی ریاست شورای فرهنگی اجتماعی گل گهر، علی سوندرومی جامعه‌شناس و امین شول‌سیرجانی برگزار شد آنها به نقد و بررسی مسئولیت اجتماعی در حوزه گل گهر پرداختند. پاسارگاد خلاصه گزارشی از این نشست‌ها منتشر می‌کند تا مدیران صنعتی شهر با این مفهوم بیشتر آشنا شوند.

باید مسئولانه‌تر عمل کنیم

پاسارگاد: اولین کارگاه مسئولیت‌های اجتماعی را چهارشنبه‌شب هفته گذشته مهسا علی‌بیگی پژوهشگر حوزه مسئولیت‌های اجتماعی برگزار کرد. وی به مفهوم علمی مسئولیت‌های اجتماعی پرداخت.

علی‌بیگی این کارگاه را با نشان دادن عکسی از ترامپ آغاز کرد و گفت: چند ماه پیش خبرنگاری از ترامپ پرسید در مورد نتایج تحقیقی که در پنج سال آینده گرمایش زمین یک میلیارد دلار آسیب می‌زند چیزی شنیدید؟ ترامپ گفت من این تحقیق را قبول ندارم. علی‌بیگی ادامه داد این تحقیق را پروژه افشای کربن منتشر کرده است. افشای کربن یک سازمان غیرانتفاعی است که به سازمان‌ها در حوزه توسعه پایدار کمک می‌کند. این پژوهش در سال ۲۰۱۸ برگزار و هفت هزار کسب و کار و شرکت مثل اپل، مایکروسافت و ... را پیمایش کرد. این شرکت‌ها گفتند گرمایش زمین یکی از مهم‌ترین چالش‌های کسب و کارهاست. نکته جالب اینکه شرکت‌ها این موضوع را می‌دانستند ولی انگشت‌شمار کاری برای آن انجام داده بودند.

پژوهش‌های دیگری هم در این رابطه بودند و در این پروژه‌ها مسایل اجتماعی و محیط‌زیستی جزو بالاترین ریسک‌هایی هستند که کسب و کارها را تهدید می‌کنند.

در یک پژوهش معدنی که موسسه ارنست اند یانگ انجام می‌دهد هر ساله ۱۰ ریسک مهم که شرکت‌های صنعتی و معدنی را تهدید می‌کند، برمی‌شمرد. در بین شرکت‌های معدنی بزرگ ۵۴ درصد معتقد بودند مجوز اجتماعی عملیات مهم‌ترین موضوع و ریسکی است که شرکت‌های معدنی را تهدید می‌کنند. موضوع‌های زیست‌محیطی هم در این پژوهش‌ها جایگاه پراهمیتی دارد.

به گفته‌ی علی‌بیگی در سال ۲۰۱۳ در شیلی یکی از مهم‌ترین معادن کشور به خاطر اعتراضات محلی که معتقد بودند یخچال‌های طبیعی را از بین می‌برد به حالت تعلیق درآمد. در سال ۲۰۰۴ این اتفاق در پرو افتاد و مردم محلی اعتقاد داشتند معدن سرچشمه آب کشاورزی را از بین می برد. در سال ۲۰۱۱ باز هم در پرو یک پروژه معدن‌کاری متوقف شد.

وی ادامه داد: من این مثال‌ها را زدم که بگویم شواهد نشان می‌دهد که ما باید نسبت به مسئولیتی که به ذی‌نفعان محلی داریم مسئولانه‌تر عمل کنیم و حساس باشیم. هم به دلیل معضلات و هم به دلیل تهدیدات جدی زیست‌محیطی و اجتماعی. اما مسئولیت اجتماعی چیست؟

من برای این مفهوم سه تعریف آوردم. اولی از تعریف ایزو ۲۶۰۰۰ است. در این تعریف مسئولیت اجتماعی خواست سازمان‌ها برای دخیل کردن ملاحظات اجتماعی و زیست‌محیطی در تصمیم‌گیری‌های این شرکت‌هاست.

سازمان توسعه اقتصادی ملل هم در تعریف مسئولیت اجتماعی می‌گوید: مسئولیت اجتماعی یک مفهوم مدیریتی و به این معناست که شرکت‌ها در فعالیت‌های تجاری و تعامل با ذی‌نفعان دغدغه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را دخیل می‌کنند. علی‌بیگی ادامه داد: در این تعریف مسئولیت اجتماعی یک مفهوم مدیریتی است. ما یک معضلی در صنایع معدنی داریم که مدیران مسئولیت اجتماعی را اسپانسر شدن و فعالیت‌های خیرخواهانه می‌دانند. در صورتی که این یک مفهوم مدیریتی است. مسئولیت اجتماعی با فعالیت خیرخواهانه متفاوت است. این است که به گونه‌ای روابط با ذی‌نفعان را تنظیم کنید که هیچ‌کدام آسیب نبینند. در توسعه پایدار ما سه وجه محیط زیست، جامعه و اقتصاد را در نظر می‌گیریم.

اما تعریف سوم را از کمیسیون اروپا می‌آورم: به شرکت‌هایی اطلاق می‌کند که مسئولیت‌شان را بر جامعه می‌پذیرند.

وی در مورد تاریخچه مسئولیت‌های اجتماعی در ایران و جهان هم صحبت کرد: در ایران در ابتدای دهه ۳۰ همراه با شروع روند صنعتی شدن فعالیت‌های بشردوستانه هم شروع شد. ابتدا مسئولیت‌های اجتماعی در دل فعالیت‌های بشردوستانه بود. شخصیت‌ها و چهره‌هایی مثل میرمصطفی عالی‌نسب در فعالیت‌ها و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر مشهور هستند. در دهه ۹۰ شمسی واژه مسئولیت‌های اجتماعی وارد کسب و کار شد و چند همایش در همین رابطه برگزار شد. اتاق بازرگانی ایران مهم‌ترینش را برگزار کرد. سازمان مدیریت صنعتی تعالی سازمانی را وارد کشور کرد و موسسه استاندارد تلاش‌هایی در این زمینه انجام داد که این موضوع را بومی بکنند.

در جهان در دهه‌ی ۳۰ میلادی مسئولیت‌های اجتماعی با ساختن حمام و اقامتگاه برای کارگران صنایع شروع شد. دهه ۴۰ اولین نظریه‌پردازی‌ها انجام شد. در دهه هفتاد اولین اقدامات عملی صورت و مفهوم گارانتی از دل مسئولیت‌های اجتماعی شکل گرفت. در دهه ۸۰ اولین آیین‌نامه‌های مسئولیت‌های اجتماعی نوشته شد. در دهه ۹۰ این مفهوم در تمام دنیا رواج پیدا کرد و به عنوان مفهوم مدیریتی خلق شد.

«خلق ارزش مشترک» تقریبا متاخرترین نظریه در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی و خیلی معروف است. اولا مسئولیت اجتماعی صرفا فعالیت‌های بشردوستانه نیست و یک راهی پیش پای کسب و کارهاست. جمله طلایی کسب و کارها پتانسیل زیادی برای حل معضلات اجتماعی دارند نه صرفا با پول دادن در خلق ارزش مشترک وجود دارد. معضلات اجتماعی می‌تواند راه جدیدی برای کسب درآمد باشد.

علی‌بیگی مثالی هم در این رابطه زد: صابون «لایف بوی» خیلی قدیمی است و چند سال پیش خط تولید آن متوقف شد. در سال ۲۰۰۹ شرکت خط تولید را دوباره راه انداخت. یک معضل در هند وجود داشت که مرگ‌ومیر کودکان و مادرانی که تازه صاحب فرزند شده بودند به دلیل اسهال بالا بود. این معضل یک چاره ساده داشت. شستن دست‌ها پس از دستشویی. این صابون همین گروه را جامعه هدف قرار داد و خط تولید را دوباره راه‌اندازی کرد. بعد از آن کمپینی راه انداخت که این گروه را جذب کند و شستن دست‌ها را آموزش بدهد. این صابون قیمت بسیار پایینی داشت و برای جامعه فقیر هند بسیار مطلوب بود و بر اساس زیست هندی‌ها مناسب بود و سریع خراب نمی‌شد. فکر می‌کرد سرمایه‌گذاری که انجام داده پنج سال بازگردد ولی طی دو سال بازگشت. الان بسیاری از کشورهای آسیایی و آفریقایی هم از این صابون استفاده می‌کنند

علی‌بیگی رو به مدیران شرکت‌های صنعتی معدنی گفت: اولین گام برنامه این است که بیانیه ماموریت و چشم‌انداز سازمان‌تان را بنویسید و یا دوباره بازنویسی کنید. این گونه متوجه می‌شوید کسب و کارتان چیست و چه ارزش‌هایی دارد. چه ذی‌نفعانی دارید و چه مسئولیت اجتماعی طراحی کنید. بسیاری از شرکت‌ها به فعالیت‌هایی روی می‌آورند که هیچ ربطی به کسب و کارشان ندارد. مثلا کسب و کار معدنی است و سازمان شروع می‌کند به مدرسه‌سازی. فایده دیگرش این است که متوجه می‌شوید چگونه پول درمی‌آورید، نه اینکه چطور پول‌تان را خرج می‌کنید.

شما باید گلوگاه‌هایی را که از آن پول درمی‌آورید مشخص کنید که آن گلوگاه‌ها در مقابل ذی‌نفعان‌تان چگونه رفتار می‌کنند.

دومین کار این است که ذی‌نفعان و اولویت‌ها را مشخص می‌کنید. روش‌های گوناگونی برای این کار وجود دارد. اهمیت تشخیص اولویت‌ها این است که منابع محدودی دارید و باید اهم و فی‌الاهم کنید.

سومین مورد استفاده از راهنماهای موجوداست.

علی‌بیگی افزود: مثلا ایزو ۲۶۰۰۰ یکی از این راهنماهاست. ایزویی نیست که به شما گواهینامه نمی‌دهد و یک راهنماست. مسئولیت اجتماعی یک فعالیت داوطلبانه است. مسئولیت اجتماعی نباید تبدیل به یک اجبار شود و برای آن استاندارد دریافت کرد زیرا دنبال بیلان کاری می‌افتند.

ایزو ۲۶۰۰۰ در سه ضلع محیط زیست و جامعه و اقتصاد مسئولیت اجتماعی را احترام به ذی‌نفعان می‌داند. این ایزو هفت اصل دارد؛ محیط زیست، مقررات کار، حقوق بشر، مشارکت در امور جامعه، حکمرانی سازمانی، امور مشتریان و عملیات منصفانه.

وی ادامه داد رفتار مسئولانه یعنی در نظر گرفتن ذی‌نفعان. ذی‌نفعان تمام کسانی هستند که از کسب و کار شما اثر می‌پذیرند. ما در تعریف ذی‌نفع مشکل داریم و فکر می‌کنیم ذی‌نفع یعنی جامعه محلی ولی ما ذی‌نفع داخل سازمان هم داریم. منظور ما مسئولانه عمل کردن در مقابل کارکنان یک سازمان است. نمی‌توانید بگویید من بزرگ‌ترین مدارس را ساختم، بیشترین حمایت را از جشنواره‌ها کردم ولی در حکمرانی خوبم دچار مشکلات هستم و یا اینکه دچار فساد هستم. مسئولیت اجتماعی باید شفاف باشد. یک بخشی از مسئولیت‌های اجتماعی به بنگاه‌هایی برای پولشویی تبدیل شده‌اند.

حکایت توانمندی یک روستا

پاسارگاد: مینا کامران تسهیل‌گر اجتماعی کمپین مدرسه‌سازی «ایران من» دومین نشست ازنشست‌های مسئولیت اجتماعی را برگزار کرد. او گفت: من سه سال است در «ایران من» کار می‌کنم. این NGO تصمیم گرفت ۱۰۰ مدرسه در نقاط مرزی بسازند. ما شروع کردیم و ۳۰ مدرسه ساختیم. ما برای افتتاح یکی از مدارس مرزی سمت کردستان رفته بودیم. قبل از افتتاح به مدرسه‌ای را که یک گروه خیر دیگر سال قبل ساخته بودند رفتیم. در مدت یک سال کل دیوارها کثیف بود و مدرسه اصلا وضعیت مناسبی نداشت. آنجا یک تلنگر اساسی به ما خورد. چطور بعد از یک سال به این وضع دچار می‌شود؟ به این دلیل که آدم‌های این منطقه و روستا هیچ تعلق خاطری به آن مدرسه نداشتند و در فرآیند به وجود آوردن مدرسه هیچ مشارکتی نداشتند. یک نهاد خارجی بدون اینکه بپرسد یک پیمانکار از بیرون آورده بود و برای‌شان مدرسه ساخته بود. کامران افزود: ذهن‌مان به این سمت رفت که ما کلی تلاش می‌کنیم که پول جمع کنیم. مدارس ابتدایی می‌ساختیم اما خیلی از دانش‌آموزان بعد از شش سال ترک تحصیل می‌کردند. ما متوجه شدیم که باید الگوی ساخت مدارس در ایران را عوض کنیم. یک و نیم سال برای مطالعه گذاشتیم. الگوهای اروپایی و جنوب شرق آسیایی را دیدیم و خواندیم. یک مدرسه را به عنوان توسعه پایدار طراحی کردیم. تمام تلاش مادر مدارس توسعه پایدار بر روی آموزش باکیفیت و مادام‌العمر برای همه ساکنان روستا است که اهالی برای تغییر آماده باشند. به گفته‌ی کامران معنی سواد عوض شده است. سواد توانایی تغییر است. یعنی همزمان با تغییرات خودتان را به‌روز کنید و پذیرش تغییر داشته باشید. تمام تلاش‌مان در این مدارس گسترده کردن جهان دانش‌آموزان است تا بتوانیم توانایی تغییر را به آنها بدهیم.

بعد از کار مطالعاتی چندمعیار برای مدرسه توسعه پایدار مشخص کردیم. کاربری آموزشی تنها کاربری این مدرسه نیست. مدرسه فضایی برای تعاملات اجتماعی است. فضای عمومی کارگاهی ساکنان روستاست که قرار است آنجا فیلم ببینند، به گفت‌وگو بنشینند و مدرسه با الگوی معماری سبز ساخته می‌شود. یکی از اهداف مهم ما توانمندسازی اقتصادی ساکنان روستا است. این مدارس باید به ساکنان یاد بدهد محیط‌شان را بهتر ببینند و اینکه چه پتانسیل محلی دارند و کسب درآمد کنند.

تحقیقات زیادی انجام دادیم و در یکی از روستاهای شهرستان چابهار کار را شروع کردیم. این روستا ۵۰۰ نفر جمعیت داشت که ۳۰۰ نفر باسواد بودند. خشکسالی باعث شده بیکار شوند. جوان‌ها در این روستا زیاد بودند. جامعه محلی تمایل برای همکاری نشان داد. ۲۰ نفر جوان یک اجتماع را شکل دادند و ما با این ۲۰ نفر کار را شروع کردیم. کامران ادامه داد: روشی که ما استفاده کردیم تسهیل‌گر بود. با استفاده از یک سری مهارت‌ها و روش‌ها به آدم‌ها فرصت فکر کردن و گفت‌وگو می‌دهیم. ما حق دخالت و اظهار نظر در زیست آنها را نداریم. فقط فضای فکر و گفت‌وگو را باز می‌کنیم. می‌خواهیم آنها یاد بگیرند چه دارند و در گذشته چه داشتند. زیبایی‌ها را برگردانند و به سمت توسعه پایدار حرکت کنند. مهم‌ترین مسئله این بود که به آنها یادآوری کردیم به توانمندی‌های خودشان پی ببرند و برای آینده بهتر تصمیم‌گیری کنند. کامران افزود سه کارگروه آموزش، بهداشت و صنایع‌دستی در این روستا تشکیل دادیم. برای همه اینها چشم‌انداز ترسیم کردیم. آنها مشکل دفع زباله داشتند، مدرسه نداشتند که این‌ها اولویت بود. کارهایی در رابطه با دفع زباله انجام شد. اما مهم‌ترین اتفاق در اقتصاد روستا رخ داد. بانوان روستا سوزن‌دوزی برای لباس‌های خودشان انجام می‌دادند. بحث خشکسالی بود و آنها عنوان می‌کردند ما هیچ کاری نمی‌توانیم بکنیم و چیزی نداریم. به آنها گفتیم چرا از سوزن‌دوزی برای منبع درآمد استفاده نمی‌کنید؟ ما روی سوزن‌دوزی کار کردیم که آنها را به زیورآلات تبدیل کنیم و آنها را بفروشیم. یک سری اول کار را فرستادند تهران دوخت خوب بود ولی تمیز کار نکرده بودند ولی همان‌ها را به قیمت یک میلیون تومان فروختیم و پول را به اهالی روستا برگرداندیم. یک متخصص به آنجا بردیم و طرز تهیه ساخت زیورآلات را به آنها آموزش دادیم. کم‌کم کارشان تمیز و تمیزتر شد. اولش ۱۰ خانم شروع کردند. الان ۱۰۰ خانم در روستا کار سوزن‌دوزی انجام می‌دهند. این موضوع یک توانمندسازی اجتماعی بود. در حال حاضر یک صفحه اینستاگرام با نام banook.doch دارند که سوزن‌دوزی را در آن به فروش می‌رسانند. دستمزد را به آنها می‌دهیم و سود فروش برای توسعه روستا به کار گرفته می‌شود. اولین سود را سطل زباله گرفتیم. کامران گفت: بعد سه نمایشگاه گذاشتیم و از درآمد آن برای ساخت مدرسه استفاده کردیم. توانمندسازی اقتصادی را شروع کردیم و بعد مدرسه را ساختیم. مدرسه با تلاش و همت خودشان است. فاز اول توانمندسازی اقتصادی بود. فاز دوم توانمندسازی اجتماعی است که امسال شروع کردیم. کارگاه های بهداشت و محیط زیست را شروع کردیم. امیدواریم این تغییرات ادامه داشته باشد. معلمان را تربیت می‌کنیم که آنها کار را ادامه بدهند. برای فرایند ساخت مدرسه از خودشان کمک گرفتیم که آنها دوست دارند مدرسه‌شان چه شکلی باشند. به گفته‌ی کامران ما از اول کنارشان بودیم ولی خیلی کارهای‌شان را خودشان انجام می‌دادند. الان خودشان نمایشگاه می‌گذارند. ۷۰ درصد زن‌های روستا دارند خرج زندگی را می‌دهند که امیدواریم ادامه داشته باشد.

دو روستای دیگر هم در کنار این روستا فعال شده‌اند. خیلی از روستاهای اطراف به این فکر افتادند که ما هم بیاییم چنین کاری بکنیم.

مراحل تدوین مسئولیت‌های اجتماعی

پاسارگاد: امین شول‌سیرجانی روزنامه‌نگار هم در شب سوم در مورد مراحل تدوین مسئولیت‌های اجتماعی در یک شرکت صحبت کرد. او گفت در یک کسب و کار نباید سود ما به جامعه آسیب بزند. ما باید در قبال سودی که می‌بریم تعهدات اجتماعی را بپذیریم. به گفته‌ی شول در عین حال عمل به مسئولیت اجتماعی منجر به پایداری کسب و کار می‌شود.

وی گفت: شرکتی که درآمدزا باشد، به پایداری اقتصادی رسیده باشد و می‌خواهد به مسئولیت اجتماعی عمل کند چه باید بکند؟ چه موانعی پیش روی مدیران شرکت است؟

شول ادامه داد: اول باید استراتژی را مشخص کنیم. بعد به یک تفاهم بین مدیران بالادست و میانی نیاز داریم. باید همه‌ی مدیران به این موضوع برسند و یک تعریف مشترک از مسئولیت اجتماعی داشته‌باشند.

بعد باید بدانیم ذی‌نفعان ما یعنی افرادی که از کسب و کار ما اثر مستقیم یا غیرمستقیم می‌پذیرند چه کسانی هستند. جدول شناسایی ذی‌نفعان را طرح کنیم. ذی‌نفعان شرکت‌ها با هم متفاوت است. باید وزن هر یک از ذی‌نفعان را مشخص کرد. هر موردی از ذی‌نفعان مشکلات خودش را دارد. نمی‌توان نسخه مشابه مسئولیت‌های اجتماعی پیچید. موضوع مهم اینکه ذی‌نفعان با مشارکت جامعه محلی تعیین می‌شوند. مدیرعامل و اعضای هیئت‌مدیره نمی‌توانند ذی‌نفعان را مشخص کنند. با داده‌هایی که تسهیل‌گر جمع‌آوری می‌کند، وزن‌دهی مشخص می‌شود.

همه‌ی کسب و کارها که به پایداری اقتصادی برسند و تا یک حد، بزرگی داشته باشند، مسئولیت اجتماعی دارند. مثلا یک خشکشویی در تهران به اسم خشکشویی پاکان وجود دارد. این خشکشویی طرح تقدیم را اجرایی کرد که چه جوری با خشکشویی رفع فقر کنم. او فراخوان داد هر کسی لباس دسته دوم در حد نو دارد بیاورد به ما بدهد، ما با هزینه خودمان خشکشویی و بسته‌بندی می‌کنیم و به دست فقرا می‌رسانیم. ۷۰۰ هزار دست لباس ارسال شد. یک تیم از داوطلبان تشکیل شد و آن تیم ۴۰۰ هزار دست لباس را انتخاب کردند که خوب بودند. ۴۰۰ هزار دست لباس را خشکشویی کردند و با یک متن بسته‌بندی کردند. آنها را به NGOهای مورد اعتماد دادند و آنها بین نیازمندان تقسیم کردند.

شول ادامه داد بعد از آنکه ذی‌نفعان را مشخص کردیم باید دو دسته مطالعات نظری و میدانی انجام دهیم. مطالعات نظری دنبال این موضوع می‌روند که مسئولیت‌های اجتماعی در دنیا چگونه هستند؟ کسب و کاری که مثل ما و در کشورهای شبیه ما هستند برای مسئولیت‌های اجتماعی چه کار کرده‌اند؟ فقط باید با سازوکارها آشنا شویم.

مطالعات میدانی هم باید در سطح کارکنان، سهامداران، دولت و مردم باشد. مطالعه پیچیده‌ای است که باید بدانیم که نگاه ذی‌نفعان به ما چیست. همچنین چالش‌های شرکت‌ها در مسئولیت‌های اجتماعی را شناسایی کنیم.

گام بعدی ضرورت‌ها و اولویت‌ها است. ما باید چالش‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها را شناسایی کرده باشیم. باید بدانیم اولویت‌مان آب است؟ توانمندی جامعه محلی است؟ و... باید اولویت‌ها مشخص شود.

مرحله بعدی تدوین متن نهایی سند است. پس از تدوین، متن باید در بالاترین سطح سازمان تصویب شود. همه باید خودشان را ملزم ببینند که به آن عمل کنند. پس از آن باید دپارتمان مسئولیت‌های اجتماعی تاسیس شود.

شول ادامه داد: سه گام مهم بعد از تاسیس دپارتمان وجود دارد. اول اینکه سند نیازمند پایش و ارزیابی مستمر است. گام بعد اطلاع‌رسانی شفاف و مستمر است. باید جامعه مخاطب شناسایی شود و زبان ارتباطی آنها را پیدا کرد. گام آخر گزارش‌دهی است که با اطلاع‌رسانی متفاوت است. باید این گزارش دایما در سایت منتشر شود.

همچنین سند مسئولیت اجتماعی باید پویا باشد و دایم بازنگری شود. در بسیاری از شرکت‌های دنیا واحدی به اسم استراتژی وجود دارد که مسئولیت‌های اجتماعی زیرمجموعه این واحد است.

یکی از حاضرین در این نشست پرسشی را مطرح کرد، او گفت: در سیرجان هر موقع از مسئولیت اجتماعی صحبت می‌کنیم تمام نگاه‌ها به محدوده گل‌گهر است. چرا به شرکت‌های منطقه ویژه اقتصادی ورود نمی‌کنیم. این شرکت‌ها تعدادشان کم نیست و به محیط زیست و کارکنان‌شان آسیب می‌زنند. این که می‌گویید شرکت‌هایی که به پایداری اقتصادی برسند تا زمانی که به پایداری اقتصادی نرسیده‌اند را باید معاف از مسئولیت‌های اجتماعی بدانیم. برای این نوع شرکت‌ها چه سندی باید تهیه کرد.

امین شول در پاسخ گفت: اول باید بگویم هر کسی که منت می‌گذارد که ما اشتغال‌زایی کرده‌ایم حرف مفت است. هیچ سرمایه‌گذاری نباید منت بر جامعه داشته باشد. بسیاری کسب و کار راه انداخته‌اند با چالش‌های اقتصادی جدی مواجه هستند که نمی‌توانند به مسئولیت‌های اجتماعی فکر کنند. اول باید به فکر حل مشکلات اولیه‌شان باشند. یک موقع قوانین را نقض می‌کنند که باید پیگیری شود ولی خیلی از کسب و کارها در منطقه ویژه قوانین خاص خودشان را دارند. خیلی وقت‌ها این موارد جزو الزامات اولیه و جزو حفره‌های قانونی است. بنگاه باید به یک سطحی از پایداری رسیده باشد تا بتواند وارد چرخه مسئولیت‌های اجتماعی شود. البته این موضوع هم اهمیت دارد که برخی شرکت‌ها برای فرار از مسئولیت‌های اجتماعی وانمود می‌کنند به پایداری اقتصادی نرسیده‌اند.

می‌توان از شرکت‌ها مسئولیت‌های اجتماعی را مطالبه کرد

پاسارگاد: در چهارمین شب از سلسله‌نشست‌های مسئولیت اجتماعی محمد حاتمی رییس شورای فرهنگی اجتماعی گل‌گهر، علی سوندرومی جامعه‌شناس و امین شول‌سیرجانی به نقد و بررسی مسئولیت اجتماعی در حوزه گل‌گهر پرداختند.

ابتدا محمد حاتمی گفت: در بحث مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها نکته‌ای را اشاره می‌کنم که برخلاف آنچه در دنیا جاافتاده و جایگاه قانونی دارد و قوانین مفصلی تدوین شده در کشور ما هیچ الزام قانونی برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها نداریم. این مفری است برای شرکت‌ها که به این مسئولیت به عنوان الزام نگاه نکنند. ما جلساتی با نمایندگان مجلس داشتیم که مسئولیت‌های اجتماعی الزام‌آور شود. حاتمی ادامه داد: ما یک ابتکار در گل‌گهر به کار بردیم. از مجامع و هیات مدیره خود شرکت‌ها استفاده کردیم و یک مصوبه برای فعالیت‌های اجتماعی در قالب شورای فرهنگی اجتماعی ابداع کردیم و فعالیت‌های فرهنگی اجتماعی را جایگاه قانونی دادیم. ما شورای فرهنگی اجتماعی را تشکیل دادیم و یکی از کارهای این شورا همین جشنواره بود. ما خلا قانونی را با این شورا پر کردیم. ساخت بیمارستان تخصصی، راه آهن سیرجان-کرمان و فاضلاب شهری در شورای فرهنگی اجتماعی الزام‌آور شد. حاتمی ادامه داد ما در مجموعه گل‌گهر ۴۶ شرکت ریز و درشت داریم که همه آنها بر این مصوبه هنوز گردن ننهادند اما خود گل گهر خوب پیش آمده و کار دنبال شده است. این شورا فوایدی دارد که بالاخره الان می‌شود از شرکت‌ها ایفای مسئولیت‌های اجتماعی را مطالبه کرد. یک ایراد دارد بعضی از شرکت‌ها انجام می‌دهند و بعضی هنوز انجام نمی‌دهند. بنده شروع کردم با شورای مدیران شرکت‌های منطقه جلساتی را برگزار کردم. مخصوصا رویدادهای فوتبالی مثل لیگ برتر، لیگ دسته اول، لیگ برتر بانوان و لیگ حذفی در سیرجان انجام شود. اگر خوب مدیریت شود تبدیل می‌شود به رویدادی هیجان‌انگیز و نشاط‌آور.

علی سوندرومی جامعه‌شناس هم در این نشست بر عوامل موثر بر عدم انجام مسئولیت‌های اجتماعی صحبت کرد. او گفت: اگر قرار است یک شرکت مسئولیت اجتماعی را انجام دهد چهار گروه مانع از انجام این مسئولیت می‌شود. اولین مانع فردی است. یعنی اشخاص و افرادی که در مجموعه حضور دارند به دلایل مختلف اجازه انجام مسئولیت‌های اجتماعی را نمی‌دهند. انسان زمانی معنا پیدا می‌کند که مسئولیت بر گردنش باشد. دومین عامل بازدارنده مسئولیت‌های اجتماعی، ساختار شرکت است. وی ادامه داد: مسئولیت اجتماعی چه‌جور خرج کردن نیست بلکه چه‌جور پول درآوردن است. مثلا من حق ندارم هر کاری کنم که پول‌دار شوم. اگر ساختار شرکت در مسیر تباهی بنا شده باشد نمی‌تواند مسئولیت اجتماعی‌اش را انجام دهد. یک قاچاقچی نمی‌تواند مسئولیت اجتماعی را انجام دهد. خیلی از شرکت‌های آموزشی که ساختارشان بر اساس شارلاتانیسم آموزشی است اینها اگر هزار مدرسه هم بسازند به درد نمی‌خورد. راه را برای نابود کردن بقیه جامعه باز می‌کند.

سومین عامل بازدارنده مسئولیت‌های اجتماعی جامعه پیرامونی است. جامعه‌ای که میل به بی‌عدالتی و رانت دارد و در آن کارها با زد و بند انجام می‌شود، مانع انجام مسئولیت‌های اجتماعی می‌شود. چهارمین عاملی که از مسئولیت اجتماعی پیشگیری می‌کند عوامل ساختاری است. الزامات در قوانین بالادستی دیده شده است. کسب و کار سالم، محیط زیست و جامعه پیرامونی دیده شده است. الزامات به معنای کلی است. اما ساختارهایی که ترجمه‌کننده این قوانین باشند وجود ندارد.

امین شول‌سیرجانی هم ادامه داد: من می‌خواهم در مورد یک سری مسایل به عنوان آسیب مسئولیت‌های اجتماعی و مشخصا گل‌گهر صحبت کنم.

نخستین آسیب فقدان فهم مشترک در رابطه با مفهوم مسئولیت اجتماعی است. تعاریفی که شرکت‌ها از مسئولیت اجتماعی می‌دهند متفاوت است. به گفته‌ی شول خیلی از مدیران این مفهوم را برعکس متوجه شده‌اند. فکری کنند مسئولیت اجتماعی پول پخش کردن در گروه‌های ذی‌نفوذ است. ذیل تابلو مسئولیت‌های اجتماعی یک پروژه را تعریف می‌کند که ارتباطی ندارد. مدیری می‌گفت اگر رسانه‌ای مارا نقد می‌کند ما پول بدهیم مشکل حل می‌شود.

شول ادامه داد: آسیب بعدی سندرم ترحم است. به دلیل فهم نادقیق، بعضی از مدیران فکر می‌کنند کاری در چارچوب مسئولیت‌های اجتماعی انجام می‌دهند لطف می‌کنند و کار خیر انجام می‌دهند. در صورتی که این اشتباه است، کار خیر نیست. مسئولیت اجتماعی مجموعه‌ای از وظایف است که باید به پایداری اقتصادی خود شرکت کمک کند.

نکته بعدی اینکه مسئولیت اجتماعی باج دادن به جامعه نیست. فقط این نیست که باید برای جامعه پیرامونی‌اش کاری کند. اول باید برای خودش کار کند.

یکی از اتفاقات خیلی بدی که زیر عنوان مسئولیت اجتماعی می‌افتد کارهایی است که کیفیت لازم را ندارند.

نکته بعد اینکه بعضی از صاحبان قدرت زیر عنوان مسئولیت‌های اجتماعی فشار به شرکت‌ها می‌آورند که این کار را بکنید. وظایف دولت را قرار نیست شرکت‌ها در قالب مسئولیت‌های اجتماعی انجام دهند. همچنین مسئولیت اجتماعی قرار نیست الزام‌آور باشد باید در زیر قوانین بالادستی داوطلبانه باشد.

مسئولیت اجتماعی سه ضلع جامعه، محیط زیست و اقتصاد دارد. شرکتی می‌خواهد در مورد محیط زیست کار کند ولی اصول اولیه محیط زیست را در شرکت خودش انجام نمی‌دهد.

موضوع بعدی اینکه مسئولیت اجتماعی با شفافیت گره خورده است. امیدواریم گل‌گهر در این کار پیش قدم شود. مثلا هزینه‌های جشنواره گل‌گهر در یک سیستم شفاف مشخص شود. یک استاندارد برای شفاف‌سازی طراحی شود.

در ادامه حاتمی یک سئوال را مطرح کرد، او گفت: فرض کنیم یک شرکت به تمامی الزامات قانونی در زمینه محیط زیست، کارگری، تعهدات نسبت به پرداخت عامه عمل کند. شفاف هم باشد و همه جوابی که بر عهده‌اش است را به غیر از کارهای داوطلبانه انجام دهد. این شرکت به مسئولیت اجتماعی‌اش عمل کرده است؟

سوندرومی در پاسخ حاتمی گفت: وقتی یک شرکت به الزامات قانونی توجه کند، وقتی شرکت با حوزه محیط زیست، اقتصاد و جامعه برابر شود مسئولیت اجتماعی‌اش را انجام داده است. از آن به بعد کاری می‌خواهد انجام دهد کار خیر است. وقتی من آسیب به جامعه زدم و هنوز آسیب‌ها را جبران نکرده‌ام این بدهکار است.

در ادامه حاضرین در جلسه سئوال‌های خود را مطرح کردند. یکی از حضار پرسید: آقای حاتمی شما مثال‌هایی زدید که مسئولیت اجتماعی نبودند. راه آهن، فاضلاب و بحث ورزش و حتی بیمارستان مسئولیت‌های اجتماعی نیستند. همچنین بیشترین آسیبی که گل گهر می‌زند در بحث محیط زیست است که در این مورد صحبت نکردید

حاتمی پاسخ داد: ما هر موردی را چه به عنوان وظیفه و چه به عنوان مطالبه مطرح کنیم باید به قانون متصل کنیم. مسئولیت اجتماعی آن چیزی که من تشخیص می‌دهم، نیست. مرجعی که مقبولیت دارد قانون است. ما باید به مرجعی که مورد قبول همه‌ی جامعه است رجوع کنیم. مرزهای مطالبه‌گری و مسئولیت اجتماعی را به یک جایی وصل کنیم. من نمی‌توانم مرز تعیین کنم، شما هم نمی‌توانید. باید به مرجع قانونی وصل شود. این تفسیر شما است که راه آهن نکشید و... اجازه بدهید بنا را در همان مرجع بگذاریم. هر کس خلاف این عمل کرد یقه‌اش را بگیریم. وقتی دولت نمی‌تواند به وظایف اصلی‌اش بپردازد بخش خصوصی باید به کمک آن بیاید. هم اکنون تمام قد به عنوان کمک دولت جمهوری اسلامی شده است. ما پارسال شش‌صد برابر مرجع فرهنگی شهر در شهر هزینه کرده‌ایم. این کار را نکنیم؟ چرا در شهر خرج نشود؟

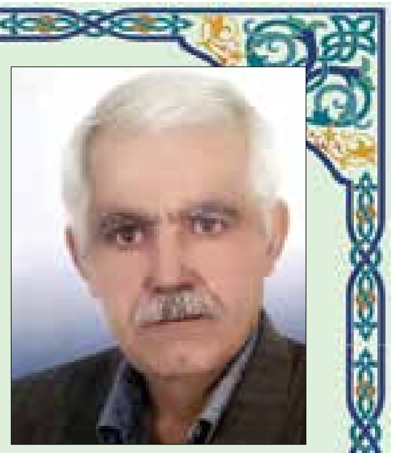
سوولین محترم
جشنواره فرهنگی گل گهر
سپاس های ما را جهت برگزاری
جشنواره بزرگ فرهنگی اخیر
و ایفای مسوولیت اجتماعی شایسته
پذیرا باشید.
روابط عمومی گروه بارشیک
شرکت توسعه و تجارت بارشیک

شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
درنظر دارد جهت تأمین نیروی انسانی مورد نیاز پیمانکاران خود تعدادی نیروی انسانی مرد در مقطع لیسانس به شرح جدول ذیل را از طریق برگزاری مصاحبه حضوری و گزینش براساس شرایط ذیل، بصورت قراردادی جذب نماید.

ردیف	مدرک و رشته تحصیلی	حد اقل سابقه کار مرتبط
۱	لیسانس: صنایع گرایش ایمنی صنعتی، تکنولوژی ایمنی صنعتی و محیط کار ایمنی و حفاظت فنی، رشته HSE	۲ سال سابقه کار به عنوان کارشناس ایمنی

مدارک مورد نیاز و نحوه اقدامات جهت ثبت نام و شرکت در آزمون:
۱ـ ارسال رزومه کاری و تحصیلی به آدرس apply@gisdco.ir و اخذ تاییدیه دریافت
۲ـ زمان ارسال رزومه ها از ۹۸/۰۵/۲۵ تا ۹۸/۰۶/۰۶ می باشد.
مدیریت توسعه منابع انسانی
شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

افتتاح نمایشگاه فروش پاییزه اصناف سال ۹۸
عرضه انواع پوشاک، مانتو مدارس، لوازم‌التحریر و نوشت‌افزار، کیف و کفش، مواد شوینده، مواد غذایی، سوغات و ...
تاریخ ثبت‌نام: چهارشنبه ۹۸/۰۵/۳۰ و پنجشنبه ۹۸/۰۵/۳۱
شنبه ۹۸/۰۶/۰۲ و یکشنبه ۹۸/۰۶/۰۳ به مدت ۴ روز کاری
مکان: بلوار قائم- جنب پمپ CNG
زمان افتتاح نمایشگاه: ۹۸/۰۶/۰۷ لغایت ۹۸/۰۶/۱۶ به مدت ۱۰ روز
ساعت بازدید: صبح‌ها ۹ الی ۱۲:۳۰ عصرها ۱۶ الی ۲۲
شرایط دریافت غرفه:
۱- داشتن پروانه کسب معتبر (تمدید شده در سال ۹۸)
۲- یک قطعه عکس ۴×۳
۳- فتوکپی شناسنامه یا کارت ملی
جهت ثبت‌نام و دریافت غرفه‌های بومی به اتاق اصناف و اتحادیه‌های صنفی مربوطه واقع در بلوار قآنی مراجعه نمایید.



باباجون؛
شش سال است هر وقت به کتابخانه‌ات می‌نگریم،
به اندازه‌ی ذره‌ذره گرد و غباری که روی هر کتابی نشسته، هزار هزار بار غصه می‌خوریم. تو به ما از این کتاب‌ها شکرگزاری به خاطر وجود پدر و مادر را آموختی اما ما هرگز تحمل فقدانت را از هیچ کتابی نخواهیم آموخت.
شکرگزاری‌ها را به فرشته‌ها می‌دهیم تا برایت بیاورند و شکی در خرسندی و لبخندت وقت دیدن آن‌ها نداریم.
به مناسبت ششمین سالگرد عروج ملکوتی پدری مهربان، دلسوز و فداکار
شادروان حاج‌محمد زیدآبادی‌نژاد
(جواهری سینا)
روز پنج‌شنبه ۹۸/۰۵/۳۱ ساعت ۶ عصر در جوار آرامگاه ابدیش امامزاده محمد(ع) گرد هم می‌آییم و با قرائت فاتحه یاد آن عزیز را گرامی می‌داریم. تشریف‌فرمایی شما سروران گرامی موجب شادی روح آن مرحوم و تسلی خاطر بازماندگان خواهد شد.
همسر و فرزندان

خجسته باد
پیوند «نبوت» و «امامت»
در نقطه اوجی
به نام غدیر خم
عید سعید غدیر خم مبارک باد
اعضای شورای اسلامی شهر سیرجان

مجتمع خصوصی شیرخوارگاه مهدکودک و پیش دبستانی باغچه محمد (۳ستاره)
دارای امکانات پیشرفته با آخرین تکنولوژی روز (کتابخانه، فضای قصه‌گویی، نمایش خلاق، کلاس چند منظوره، آزمایشگاه علوم، فضای مجزای کمک آموزشی ریاضی، زبان آموزی، هنر، برگزاری کارگاه و کلاس فوق برنامه متنوع و آموزش به صورت پروژه و واحد کار و دارای کتاب آموزشی اختصاصی استاندارد، سالن بازی سرپوشیده، سالن ژیمناستیک، باغچه شن، آسانسور هوشمند، دوربین مداربسته
کلاس‌ها به صورت تفکیک سنی مجزا در طول سال دایر می‌باشد
کسب تقدیر نامه طرح عملکرد برتر از معاونت بهزیستی استان سال ۹۷-۹۸
کسب تقدیر نامه طرح جشنواره نماز از معاونت بهزیستی کل کشور سال ۹۷-۹۸
کسب تقدیر نامه در طرح فضا و ساختمان استاندارد از معاونت بهزیستی استان
با شهریه مصوب اداره بهزیستی و آموزش و پرورش
به صورت اقساط ماهیانه
آدرس: سیرجان- بلوار گلستان- آخرین خیابان
سمت راست (پیام)- نرسیده به میدان صلح
۴۲۳۰۸۹۴۴ - ۰۹۱۳۴۴۵۴۷۰۰
منتظر حضور گرم شما هستیم
مجتمع خصوصی
شیرخوارگاه
مهدکودک
پیش‌دبستانی
باغچه محمد
لطفا قبل از هر اقدامی از محل مهد دیدن فرمایید