

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



موسسه مطالعات و تحقیقات
اجتماعی دانشگاه تهران



C . F . Z
منطقه آزاد چابهار
Chabahar Free Zone

مجموعه کتاب «مسئولیت اجتماعی شرکتی منطقه آزاد چابهار»

جلد ۱

نظریه‌ها، تجارب و عملکرد سازمان منطقه آزاد تجاری – صنعتی
چابهار در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی

مجری طرح: حسین ایمانی جاجرمی

آذر ۱۳۹۲



موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی
دانشگاه تهران



نام کتاب: نظریه‌ها، تجارب و عملکرد سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار در

حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی

مجری طرح: حسین ایمانی جاجرمی

رئیس شورای راهبری طرح: عبدالرحیم کردی

ناظر طرح: عبدالوهاب شهلای بر

همکاران طرح: آرش خان‌دل، مونا ولیک‌جری، کاظم رحیمی

ویراستار عمومی: فاطمه خاوری

نوبت چاپ: اول، آذر ۱۳۹۷

نشانی مجری: تهران- بلوار کشاورز- خیابان فرصت شیرازی- کوچه شاهد- پلاک ۸-
واحد ۸- موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۷
تاریخچه مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۷
مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۱۰
مدل‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۱۴
الزامات مدیریتی اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۱۹
روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی.....	۲۶
ظرفیت‌های قانونی مسئولیت اجتماعی در سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار.....	۲۷
استقرار استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار.....	۳۵
تجارب جهانی مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۳۷
مقدمه.....	۳۷
مناطق آزاد تجاری جبل علی در امارات متحده عربی.....	۳۸
منطقه آزاد تجاری جبل علی (JAFTZ).....	۳۹
کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد جبل علی (JAFTZ).....	۴۰
چشم‌انداز، اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد جبل علی.....	۴۱
ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد تجاری جبل علی.....	۴۱
اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی.....	۴۳
منطقه آزاد تجاری رأس‌الخیمه امارات متحده عربی.....	۴۵

- منطقه آزاد رأس الخیمه (RAKFTZ)..... ۴۵
- کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد رأس الخیمه (RAKFTZ)..... ۴۶
- ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد تجاری رأس الخیمه..... ۴۸
- حوزه‌های تمرکز و اقدامات انجام شده در هر حوزه..... ۴۸
- اقدامات انجام شده سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی..... ۵۰
- منطقه آزاد صحار در عمان (SOHAR)..... ۵۱
- بندر و منطقه آزاد صحار (SOFTZ)..... ۵۲
- کاربست مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد صحار (SOHAR FTZ)..... ۵۳
- اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد صحار..... ۵۴
- ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در بندر و منطقه آزاد تجاری صحار..... ۵۵
- حوزه‌های تمرکز و اقدامات انجام شده در هر حوزه..... ۵۶
- اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف مسئولیت اجتماعی..... ۵۷
- منطقه آزاد تجاری ماسان کره جنوبی (MFTZ)..... ۵۸
- مناطق آزاد تجاری کره جنوبی..... ۵۸
- منطقه آزاد تجاری ماسان (Masan)..... ۵۸
- کاربست مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد ماسان کره جنوبی (MFTZ)..... ۵۹
- اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی..... ۶۰
- مسئولیت اجتماعی سازمانی در هند..... ۶۱
- الزامات قانونی مسئولیت اجتماعی سازمانی در هند چیست؟..... ۶۱
- چه فعالیت‌هایی می‌تواند در ارتباط با مسئولیت اجتماعی سازمانی صورت گیرد؟..... ۶۱

مسئولیت اجتماعی سازمانی چگونه به جامعه منفعت می‌رساند؟.....	۶۲
اثرات وضع قانون پیرامون موضوع مسئولیت اجتماعی سازمانی در هند چه بوده است؟.....	۶۲
مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های ایران.....	۶۵
معرفی شرکت ملی صنایع مس ایران.....	۶۷
کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت ملی صنایع مس ایران.....	۶۷
چشم‌انداز، اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت ملی صنایع مس ایران.....	۶۸
ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در شرکت ملی صنایع مس ایران.....	۶۹
اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی.....	۷۰
جمع‌بندی.....	۷۱
عملکرد سازمان منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی	
.....	۷۷
محیط‌زیست.....	۷۸
بهداشت و درمان.....	۸۴
آموزش.....	۸۵
ورزش.....	۸۶
فرهنگ، هنر و گردشگری.....	۸۸
اجتماع محلی.....	۸۹
روستای تیس.....	۹۲
اشتغال.....	۹۴

پیشگفتار

سال‌ها است که امکان زیست تک‌ساحتی و محدود در حصارهای اندیشه‌ای، معنای خود را از دست داده است و در جهان شاهد رویکردهای جدیدی در موضوع راهبری فرایندهای توسعه هستیم که یکی از آن‌ها رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) است که از دهه ۱۹۵۰ توسط متفکران رشته مدیریت معطوف به عملکرد سازمان‌ها مطرح شد.

سازمان‌هایی که بنا بر مأموریت ذاتی‌شان تنها بر رشد و توسعه منافع و منابع زیر بنایی و اقتصادی خود تمرکز داشتند و محاسبه سود و زیان اقتصادی، محوری‌ترین شاخص ارزیابی عملکرد درون و برون دستگاهی‌شان محسوب می‌شد، در ابتدا تحت فشار مردم و سازمان‌های مدنی، دید خود را اندکی به فراتر از منافع صرف سازمان معطوف داشتند. ضرورت افزایش اعتبار سازمانی، پذیرفته شدن در تعاملات بین‌بخشی حکمرانی، ورود مؤثر در عرصه سیاست‌گذاری عمومی و تبادل اندیشه، تجربه و دستاوردهای سازمان‌های دیگر و مطرح شدن نظریه‌های جدید توسعه در آکادمی، آنان را به ضرورت حتمی و گریزناپذیر این الگوی حکمرانی و مشارکت سوق داد.

امروز دیگر به وضوح مشخص است که عمل سازمان‌ها بر محیط بیرونی تأثیر به سزایی خواهد داشت و نمی‌توان سود و زیان ناشی از عملکرد آن‌ها بر جامعه را نادیده گرفت. گرایش مسئولیت اجتماعی به سمت و سویی است که فواید اجتماع محلی و ملی در امتداد آن تعریف شده است. لذا تلاش بر این است که سود و زیان سازمان‌ها به گونه‌ای باشد که مردم هزینه اضافی متحمل نشوند. از آنجایی که عمل سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر نظام اجتماعی دارد؛ بنابراین چگونگی فعالیت آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی متوجه جامعه نشود و در صورت رسیدن زیان، ملزم به جبران آن باشند. امروزه این تعریف به ضرورت اثرگذاری مثبت و مؤثر سازمان بر مناطق پیرامونی نیز گسترش یافته است. چنان‌که در بسیاری از کشورها و همچنین نسبت چشمگیری از سازمان‌های داخلی، امروزه همه مدیران باید به کارهایی دست بزنند که موردقبول جامعه و منطبق با ارزش‌های آن باشد.

جدا از مباحث نظری که در مورد تعریف و نیز ابعاد مسئولیت اجتماعی وجود دارد و پرداختن به آن‌ها مهم است، نقشه راه مسئولیت اجتماعی هر سازمانی باید با توجه به رسالت

توسعه‌ای و فراگیری حوزه فعالیت و اقدام آن در سطح ملی و محلی، شناخت از جایگاه و اعتبار آن در محیط اجتماعی، شناسایی مختصات ممکن آن سازمان با توجه به خصوصیات عام و خاص و سنجش برد اثرپذیری و اثرگذاری بر محیط پیرامونی برحسب تجربیات ملی و بین‌المللی تدوین شود.

تلاش‌هایی که شرکت‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی خود انجام می‌دهند، طیف وسیعی دارد و از سرمایه‌گذاری‌های مادی بر روی یک برند تا سیاست و تاکتیک‌های ارتباط دستانه با مشتری را در برمی‌گیرد. این تلاش در وهله نخست با چشم‌انداز مشارکت فعال در عرصه عمومی و ارتقاء سطح توانمندی و مهارتی جامعه محیطی صورت می‌پذیرد، اما موجب بهبود تصور عمومی جامعه نسبت به شرکت، افزایش پوشش رسانه‌ای نسبت به فعالیت‌های شرکت، افزایش مشارکت کارکنان، جذب و حفظ سرمایه‌گذاران، ایجاد محیط کاری آرام و مناسب برای فعالان اقتصادی و کارمندان شرکت، افزایش خلاقیت کارکنان و استفاده از ظرفیت و پتانسیل نیروهای برون‌سازمانی، می‌شود.

بر این اساس و با توجه به این مهم که هر فرد، گروه، سازمان یا نهادی مسئول رفتار خود و تأثیر بر محیط پیرامونی است، سازمان منطقه آزاد چابهار به‌عنوان سازمانی توسعه‌ای در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی و اولین سازمان در منطقه، برنامه‌ریزی و اقدام در حوزه مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محورهای فعالیتی خود در دستور کار قرار داده است. مسئولیت اجتماعی این سازمان در دو سطح سازمان منطقه آزاد و بنگاه‌های اقتصادی حاضر و فعال در محدوده تعریف شده است.

منطقه آزاد چابهار به‌عنوان جدی‌ترین کانون فعالیتی در چابهار (نقطه تلاقی دو سند مهم توسعه منطقه‌ای کشور یعنی توسعه سواحل مکران و توسعه محور شرق) به دلیل نقش استراتژیک و ژئوپلیتیک خود در منطقه، تأثیری اساسی بر اقتصاد و فضای اجتماعی، دانش و فناوری، تعاملات بین‌المللی، تقویت کریدورهای ارتباطی جنوب-شمال و شرق-غرب، مناسبات سیاسی و تجاری ایران در منطقه و توسعه بندری و حمل‌ونقل دارد و از آنجایی که مقیاس فعالیتش به سمت فرا سرزمینی می‌رود و روندی سریع دارد به‌طور حتم بر مناسبات و کنش‌های محلی در دو بخش فرهنگ و اجتماع نیز اثرگذار بوده و از این رهگذر آثار هزینه‌ای

چشمگیری که بخشی از آن در همین ابتدای راه مشهود است، در پی خواهد داشت. پایداری توسعه مورد انتظار، نیازمند مشارکت حداکثری جامعه محلی با نگاه به مراقبت از محیط زیست است. مشارکت جامعه محلی در شرایطی می تواند محقق شود که در کنار اراده و خواست متولیان توسعه، مشارکت دادن جامعه محلی مورد توجه قرار گیرد. مشاهدات عینی، به خوبی نشان می دهد که شاخص های توسعه و مشارکت پذیری جامعه، خصوصاً در حوزه های آموزش، بهداشت و توانمندی های مهارتی، مناسب نیست و این روند در سال های آتی به دلیل شکل گیری سایر کانون های فعالیتی در دو محور پیش گفته، با پیامدهای اجتماعی ناخوشایندتری همراه خواهد شد.

توسعه و امنیت پایدار، به عنوان پیش نیازهای ضروری امکان بهره گیری از فرصت های بی بدیل منطقه، نیازمند اقدامات اساسی، همه جانبه و عمومی توسط همه سازمان ها و بنگاه های فعال اقتصادی حاضر در منطقه است. با چنین رویکردی، مسئولیت اجتماعی سازمان منطقه آزاد چابهار می تواند در نقش "پیشران فعالیت های اجتماعی در مدل توسعه درونزا" عمل نماید و ضمن کاهش حس نارضایتی و دغدغه نسبت به پیامدهای توسعه اقتصادی در فضای محلی، از احتمال گسست اجتماعات محلی از مجموعه اقدامات توسعه ای در آینده، پیشگیری نماید و پتانسیل بالقوه نیروهای بومی را احصاء و در راستای چرخه رشد اقتصادی، ارتقاء سطح آگاهی و توانمندی اعضای جامعه محلی فعلیت بخشد. چنین برهم کنشی جزء از راه تعامل پایدار و هدفمند ذی نفعان حوزه حکمرانی و سیاست گذاری با نیروهای اجتماعی و فعالان بخش مدنی میسر نخواهد بود که رویکرد مسئولیت اجتماعی جامع ترین و اجرایی ترین الگوی ممکن است.

نظامنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد، الگو و قاعده ای برای تحقق این مهم است که با تلاش موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران، اولین نهاد علمی علوم اجتماعی در کشور و با مدیریت علمی جناب آقای دکتر حسین ایمانی جاجرمی تدوین گردیده است که وظیفه می دانم از زحمات ایشان و همکارانشان نهایت سپاس را داشته باشم. این نظامنامه بر پایه مطالعات و پایش میدانی منطقه شهری چابهار و مناطق همجوار و ضرورت های آتی توسعه، نیازمندی های مشارکت پذیری و حضور حداکثری جامعه و الزامات توسعه پایدار را به درستی استخراج و در قالب هدف، راهبرد، سیاست و برنامه به عنوان نقشه راه سازمان منطقه آزاد و شرکت های فعال در این مجموعه تدوین کرده است.

نظارت علمی بر اجرای فرایند مطالعاتی بر عهده جناب آقای دکتر عبدالوهاب شهلای بر بوده که بافهم عمیق ضرورت‌های فرهنگ و اجتماع بومی منطقه در فرایند توسعه، استراتژی مطالعه را تدوین نموده و بر یافته‌های تیم پژوهشی صحنه گذاشته‌اند که لازم می‌دانم از ایشان نهایت تشکر را داشته باشم. در پایان، از همکارانم و نیز همه کسانی که در این اقدام ارزشمند یاریگر سازمان منطقه آزاد چابهار بوده‌اند قدردانی نموده و تلاش خواهیم نمود تا با اجرای صحیح این برنامه در جهت توسعه پایدار منطقه با رویکرد جلب مشارکت حداکثری جامعه محلی و مراقبت از محیط‌زیست، حرکت نماییم.

عبدالرحیم کردی
رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل
سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار

از دهه‌های گذشته، منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار یکی از قطب‌های جذاب اقتصادی در سطوح بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی در جنوب شرق ایران بوده است. پس از تأسیس منطقه آزاد چابهار و استقرار فعالیت‌های متعدد تجاری، صنعتی و خدماتی در محدوده آن، زیرساخت‌های توسعه‌ای مناسبی از نظر کالبدی، اجتماعی و اقتصادی به وجود آمده است که می‌تواند به‌مثابه پیشران‌های رونق اقتصادی-اجتماعی در سطوح محلی و نیز ملی عمل کنند.

توسعه در چابهار، همچون توسعه در جای دیگری، در کنار ایجاد فرصت‌های کاری منجر به تحولات جمعیتی و اجتماعی پرشتابی شده است که بدون توجه به آن‌ها آینده منطقه دچار چالش‌های اساسی خواهد شد. افزایش سریع جمعیت در منطقه شهری چابهار و رشد فزاینده شهرنشینی نامتوازن منجر به شکل گرفتن مسائل اجتماعی متعددی در حوزه نفوذ منطقه آزاد چابهار شده است که بازنگری در الگوهای گذشته توسعه و نیز برنامه‌ریزی برای ارتقاء شاخص‌های توسعه اجتماعی را می‌طلبد.

سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار به‌عنوان جدی‌ترین بازیگر توسعه منطقه تاکنون، موفقیت‌های چشمگیری داشته است اما تا رسیدن به سقف ظرفیت‌هایش مسیری طولانی در پیش دارد. استقرار رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در این سازمان یک نهادسازی جدید برای پایداری هر چه بیشتر به توسعه جامعه محلی و افزایش بهره‌وری منابع اختصاص داده شده در این حوزه است.

مسئولیت اجتماعی امری مدنی است و بدون آگاهی، مطالبه‌گری و همراهی مردم، اطمینانی برای محقق شدن آن وجود ندارد؛ بر همین اساس بر آن شدیم تا یافته‌های طرح مطالعاتی «تدوین نقشه راه و برنامه عملیاتی استقرار استراتژیک مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار» را در فرم و محتوایی ساده در سه جلد تنظیم و در اختیار عموم قرار دهیم. جلد اول به سه بحث نظریه‌ها و مدل‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی، مطالعات موردی تطبیقی در ارتباط با مسئولیت اجتماعی در چندین منطقه آزاد حاشیه خلیج فارس و نیز گزارش عملکرد سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی، اختصاص داده شده است. جلد دوم به یافته‌های میدانی شامل مشاهدات

میدانی، مصاحبه‌های عمیق با افراد و گروه‌های مختلف و همچنین تحلیل ثانویه داده‌های آماری مرکز آمار و سالنامه‌های آماری استانی می‌پردازد. در جلد سوم، نظامنامه مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان منطقه آزاد چابهار و شرکت‌های زیرمجموعه آن در قالب چشم‌انداز و مأموریت، اهداف کلان و خرد، راهبردها و سیاست‌ها و درنهایت، ارائه گستره‌ای از پروژه‌ها به تفکیک ارکان چهارگانه مسئولیت اجتماعی مدنظر قرار گرفته است. مجموعه حاضر، حاصل بیش از ۹ ماه مطالعه و بررسی میدانی در حوزه مسئولیت اجتماعی است که موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران آن را به انجام رسانده است و در قالب ۴ جلد گزارش مجزا در اختیار کارفرما قرار گرفته است.

برای انجام این مهم، موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران به‌عنوان مجری پروژه با مدیریت اینجانب اقدام به تشکیل تیم پژوهشی کرد. اعضای تیم دکتر سعید معیدفر (دکترای جامعه‌شناسی)، دکتر حسین ایمانی جاجرمی (دکترای جامعه‌شناسی توسعه)، دکتر مونا ولیک جزی (دکترای طراحی شهری)، کاظم رحیمی (کارشناس ارشد توسعه اجتماعی)، رامین صفی یاری (کارشناس ارشد توسعه اجتماعی)، آرش خان دل (کارشناس ارشد مدیریت)، عبدالطیف کاروانی (دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی)، طلارستمی (کارشناس ارشد پژوهشگری) و فاطمه خاوری (کارشناس ارشد ادبیات) بود که از همکاری همه نامبردگان نهایت سپاس را دارم. هماهنگی‌های امور اداری پروژه را کارکنان بخش اداری موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران، انجام دادند که از تک‌تک آن‌ها تشکر می‌کنم.

حسین ایمانی جاجرمی

رئیس موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران

مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتی

تاریخچه مسئولیت اجتماعی شرکتی

طرح بحث مسئولیت اجتماعی به طور ملموس به زمان آدام اسمیت در اواخر قرن هجدهم برمی گردد. وی به موضوع ارتقاء رفاه عمومی پرداخت و معتقد بود کوشش کارآفرینان رقیب طبعاً در جهت حمایت از منافع عموم خواهد بود. در دهه ۱۹۸۹ کارنگی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مشخص کرد. دیدگاه کارنگی بر پایه دو اصل، خیرخواهی و اصل قیومیت یا سرپرستی، بنیان گذاشته شده بود. اصل خیرخواهی به عنوان یکی از مسئولیت‌های افراد و نه یک سازمان به حساب می‌آید؛ اما به موجب اصل قیومیت، سازمان‌ها و افراد ثروتمند باید خود را قیوم و سرپرست افراد فقیر بدانند. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی را دو پروفسور دانشگاه هاروارد، پرل و مینس در سال ۱۹۳۰ در کتاب «شرکت مدرن و مالکیت خصوصی» مطرح کردند؛ همچنین داد در سال ۱۹۳۲ معتقد بود مدیران علاوه بر مسئولیت اقتصادی، در برابر سهامداران و جامعه مسئولیت دارند (داد، ۱۹۳۲)؛ اما شواهد نشان می‌دهد که اصطلاح رسمی «مسئولیت اجتماعی شرکتی» برای اولین بار در اثر باون، «مسئولیت اجتماعی یک بازرگان» در سال ۱۹۵۳ دیده می‌شود (سن، ۲۰۱۱). در آن زمان هدف اصلی تأکید بر وجدان اجتماعی بازرگانان و نه بر خود شرکت‌ها بود. ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ۱۹۶۰ گسترش یافت که عمدتاً بر این سؤال تأکید داشت که مسئولیت اجتماعی به معنایی داشته و اهمیت آن برای واحد تجاری و جامعه چقدر است (کارول، ۱۹۹۹). یکی از مهم‌ترین مطالعات این دوره از کتاب کلارنس والتون در ۱۹۶۷ بود که برداشتن تمایل و خواست داوطلبانه شرکت نسبت به انجام مسئولیت‌های اجتماعی تأکید داشت. وی با نگرش اخلاقی به مقوله مسئولیت اجتماعی، رویکردی متضاد با دیدگاه اجباری موجود اتخاذ کرده و استدلال نمود که شرکت به تنهایی مفهوم نداشته و شرکت سالم در جامعه بیمار نمی‌تواند وجود داشته باشد، درواقع وابستگی دوطرفه میان شرکت و جامعه وجود دارد (والتون، ۱۹۶۷).

در دهه ۱۹۷۰ به تدریج دو اصطلاح دیگر شامل واکنش اجتماعی شرکتی (با تأکید بر رویکرد حمایتی لازم از سوی شرکت‌ها و برقراری ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت استراتژیک) و عملکرد اجتماعی شرکت‌ها (سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها) به

ادیات علمی اضافه شد (آکرم‌ن و باتر، ۱۹۷۶). در دهه ۱۹۸۰ مفهوم ذی‌نفعان مورد توجه همگان قرار گرفت که اصطلاحات قبلی را تحت‌الشعاع قرار داد و پس از آن مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی و تئوری ذی‌نفعان مکمل هم محسوب شدند، به طوری که موجب تکمیل و تحکیم یکدیگر می‌گردند (کلک و پینسکه، ۲۰۰۶). کارول در سال ۱۹۷۹ مسئولیت چهارگانه مدیران کسب‌وکار را مسئولیت اقتصادی، مسئولیت حقوقی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت فداکاری عنوان کرد (کارول، ۱۹۷۹). در سال ۲۰۰۳ جانسون مسئولیت اجتماعی را یکی از نقش‌های اساسی شرکت در کمک به جامعه می‌داند و فعالیت‌هایی از جمله افزایش سوادآموزی، حذف فقر و بیکاری، حفظ محیط‌زیست را به عنوان نمونه مثال می‌زند (جانسون، ۲۰۰۳). پیرینی، معتقد است مسئولیت اجتماعی یعنی پاسخگو بودن شرکت در قبال فعالیت‌ها است و شامل هفت موضوع: کارایی عملیاتی، حداکثر امنیت، حفظ محیط‌زیست، کیفیت نوآوری، گفتمان آزاد، توسعه مهارت و شهروند مسئول می‌شود (پیرینی، ۲۰۰۳). کچران نیز در سال ۲۰۰۷ معتقد است در محیط کسب‌وکار جدید، مدیران باید هم مسئولیت اجتماعی شرکت و هم عواقب جدی مخاطرات را بر عهده بگیرند (کچران، ۲۰۰۷). رامستاد مسئولیت اجتماعی را تعهد داوطلبانه سازمان برای ایفای وظایف شفاف و غیر شفاف است که انتظارات جامعه، به طور قراردادی، بر عهده شرکت نهاده است. بنا به این تعریف، مسئولیت اجتماعی، راهی است باهدف ارتقای گرایش اجتماعی برای اعتلای نظم اساسی جامعه و شامل وظایفی می‌شود که چهارچوب قانونی و قراردادهای اجتماعی را در برمی‌گیرد (رامستاد، ۲۰۱۸).

مسئولیت اجتماعی شرکتی منتقدانی نیز داشته است. میلتون فریدمن، اقتصاددان مشهور، از پیشگامانی است که مسئولیت سازمان‌های تجاری را به حداکثر رساندن سود در محدوده قانون بدون هرگونه دسیسه یا نیرنگی عنوان می‌کند و معتقد است مسئله‌های اجتماعی را باید به افراد و نهادهای دولتی واگذار کرد، چراکه تعیین نیازهای نسبی و میزان آن‌ها، در حد مدیران شرکت‌ها نبوده و در صورت انجام، بر درآمد شرکت‌ها تأثیرگذار است (براتلو، ۱۳۸۶). عمده انتقادات وارد بر مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی شامل مفهومی گسترده و مبهم، اصطلاحی برآمده از کارهای علمی، دشواری عملیاتی کردن آن، سویه بالقوه مفهوم مسئولیت اجتماعی به سمت منافع

خاص می‌شد. ضمناً طرفداران نئو کلاسیک‌ها، مفهوم مسئولیت اجتماعی را خدشه وارد کردن به حقوق مالکیت و در کل تهدیدی بر جامعه آزاد می‌دانستند.

جدول شماره ۱- سیر تاریخی مفهوم و رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی

تاریخ	نظریه پرداز	خلاصه رویکرد و مفهوم
اواخر قرن ۱۸	آدام اسمیت	کوشش کارآفرینان رقیب طبعاً در جهت حمایت از منافع عموم خواهد بود.
۱۹۸۹	کارنگی	سازمان‌ها و افراد ثروتمند باید خود را قیم و سرپرست افراد فقیر بدانند.
۱۹۳۲	داد	مدیران علاوه بر مسئولیت اقتصادی، در برابر سهام‌داران و جامعه مسئولیت دارند
۱۹۶۷	والتون	نگرش اخلاقی به مقوله مسئولیت اجتماعی، شرکت سالم به‌تنهایی مفهوم نداشته و شرکت سالم در جامعه بیمار نمی‌تواند وجود داشته باشد.
۱۹۷۹	کارول	مسئولیت چهارگانه مدیران کسب و کار: مسئولیت اقتصادی، مسئولیت حقوقی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت فداکاری است.
۲۰۰۳	جانسون	مسئولیت اجتماعی یکی از نقش‌های اساسی شرکت در کمک به رفاه کلی جامعه است.
۲۰۰۵	پرینی	مسئولیت اجتماعی؛ یعنی پاسخگو بودن شرکت در قبال فعالیت‌ها که شامل هفت موضوع است: کارایی عملیاتی، ایجاد امنیت بیشتر، حفظ محیط‌زیست، کیفیت بخشی در نوآوری، گفتمان آزاد، توسعه مهارت و پرورش شهروند مسئول است.
۲۰۰۷	کچران	در محیط کسب و کار جدید، مدیران باید هم مسئولیت اجتماعی شرکت و هم عواقب جدی مخاطرات را بر عهده بگیرند.
۲۰۱۸	رامستاد	مسئولیت اجتماعی، راهی برای ارتقای گرایش اجتماعی و اعتلای نظم بنیادین جامعه است و شامل وظایفی می‌شود که چهارچوب قانونی و قراردادهای اجتماعی را در برمی‌گیرد.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی

اصطلاح مسئولیت اجتماعی شرکتی مانند بسیاری مفاهیم دیگر دارای تعاریف مختلف است که در این بخش به برخی از متداول‌ترین تعاریف در این باره خواهیم پرداخت.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی دستورالعملی برای کنترل، منشوری اخلاقی و تمرینی برای اظهارنظر صریح در زمینه عرضه خدمات توسط سازمان و انتخاب صحیح و سرمایه‌گذاری اخلاقی روی مباحث سازمان است و در نهایت، پاسخگویی اجتماعی به توان و ظرفیت سازمان برای عمل و اقدام برای تحقق خواسته‌ها و انتظارات جامعه اشاره می‌کند (اسلر، ۲۰۰۹).

مسئولیت اجتماعی شرکت، به اقدامات مربوط به تعهدات اجتماعی و مجموعه‌ای از خواسته‌های اجتماعی اطلاق می‌شود. مسئولیت‌های اجتماعی ممکن است با اشکال مختلفی، برای بهبود وجهه شرکت‌ها در جامعه صورت گیرد (فونت و همکاران، ۲۰۱۶). به عبارتی دیگر مسئولیت اجتماعی شرکتی دربرگیرنده اقتصاد، قانون، اخلاقیات و انتظارات بشردوستانه واحدهای تجاری است که به کلیه ذی‌نفعان تعمیم می‌یابد. در اینجا ذی‌نفعان به‌عنوان هر فرد یا گروهی که می‌تواند بر فعالیت‌ها، تصمیمات، سیاست‌ها، رویه‌ها، یا اهداف سازمان اثرگذارند، تعریف شده است (دانکو و همکاران، ۲۰۰۸، به نقل از عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین می‌توان گفت مجموعه‌ای از اقدامات سازمان که به نحو مثبتی منافع ذی‌نفعان خود را تأمین کند و موجب نقض منافع سایر ذی‌نفعان نشود (استریک، ۲۰۰۶).

از سوی دیگر می‌توان گفت مسئولیت اجتماعی، تعهد تصمیم‌گیران برای اقداماتی است که به‌طور کلی علاوه بر تأمین منافع خودشان، موجبات بهبود رفاه جامعه را نیز فراهم می‌آورد. مؤسسات مسئول‌اند که از آلوده کردن محیط‌زیست، اعمال تبعیض در امور استخدامی، بی‌توجهی به تأمین نیازهای کارکنان خود، تولید محصولات زیان‌آور و نظایر آن که به سلامت جامعه لطمه می‌زنند، بپرهیزند و سازمان‌ها باید با اختصاص منابع مالی، در بهبود رفاه اجتماعی موردقبول اکثریت جامعه بکوشند، از قبیل کمک کردن به فرهنگ کشور و مؤسسات فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی به‌طور کلی (ایران‌نژاد پاریزی، ۱۳۷۱).

ایران‌نژاد همچنین معتقد است مؤسسات و سازمان‌ها، نهادهایی هستند که فلسفه وجودی آن‌ها نیاز جامعه و عامه مردم هست همان‌طور که مردم برای رفع نیازهایشان به سازمان

نیاز دارند، سازمان‌ها نیز برای حفظ، بقا و ادامه فعالیتشان به جامعه و مردم نیازمندند در واقع سازمان‌ها جزئی از جامعه می‌باشند که از آن تأثیر پذیرفته و بر آن تأثیر می‌گذارند و می‌توان گفت هر تصمیم سازمان علاوه بر تأثیر آن بر بخش‌های مربوطه موجب تأثیرات مستقیم یا غیرمستقیم در تمامی بخش‌های جامعه می‌شود بنابراین سازمان‌ها باید اهداف خود را به گونه‌ای شکل دهند که نتایج آن تأثیرات مضر برای جامعه در بر نداشته باشد و همه افراد جامعه از اثرات مثبت آن، منتفع شوند (امیری، ۲۰۰۹). چون سازمان‌ها تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند، لاجرم چگونگی فعالیت آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن به زیان، سازمان‌های مربوطه ملزم به جبران آن باشند. به عبارت ساده‌تر، سازمان‌ها باید به‌عنوان جزئی مرتبط با نظام بزرگ‌تر که در آن قرار دارند، عمل کنند، چون یک نظام فرعی از کل نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهند (ایران‌نژاد پاریزی، ۱۳۷۱). پور خویی نیز معتقد رعایت همه اصول اخلاقی، ارزش‌های اجتماعی و فردی، ارزش‌های زیست‌محیطی و منافع گروه‌های ذی‌نفع شرکت‌ها در عین موفقیت تجاری مسئولیت اجتماعی شرکتی نام دارد (پور خویی، ۱۳۹۲).

امروزه جذابیت هر شرکت براساس درک مردم از ارزش‌های اصلی شرکت و ویژگی‌های اجتماعی آن تعریف می‌شود (هوی تسای و همکاران، ۲۰۱۵). از دیگر سو با توجه به اینکه هر انسانی مصرف‌کننده است و همه‌روزه از فرآورده‌های مختلف که زندگی ما را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند استفاده می‌کنیم، حقوق مصرف‌کننده و لزوم شناخت و تعهد به آن به یکی از موضوعات مهم و تأثیرگذار در زندگی تمامی افراد جامعه مبدل گشته است و سیستم‌های بازاریابی نوین را بر آن داشته تا احساس خدمت‌رسانی، رفع نیاز و ارتقای کیفیت زندگی مصرف‌کنندگان را در رأس مأموریت‌های خود قرار دهند. مدیران عالی سازمان‌ها نیز برای حرکت در راستای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان می‌باید با پذیرش انتقادات و سرزنش‌های دیگران در جهت سلامت و بهبود کیفیت زندگی مصرف‌کنندگان لازم است تا در برنامه‌های استراتژیک خود توجه ویژه‌ای به مقوله سیاست‌های اجتماعی سازمان داشته باشند و مزایای حاصل از فعالیت‌های صورت گرفته توسط سازمان به افراد جامعه را شناسایی نمایند (شیخ، ۲۰۱۰).

از سوی دیگر می‌توان گفت، مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد (گریفین و بارنی، ۱۹۹۲، به نقل از پور رشیدی و جلالی جوارن، ۱۳۸۸). فیشر نیز معتقد است الزام سازمان به عمل به طریقی است که هم منافع خود و هم منافع ذی‌نفعان خود را تأمین کند (فیشر، ۲۰۰۴). مسئولیت اجتماعی، وظیفه‌ای است بر عهده مؤسسات خصوصی، به این معنا که تأثیر سوئی بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند، نگذارند. وظایفی چون: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت‌های غیراخلاقی و مطلع کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات که این وظایف مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه است (فرنچ و ساورد، ترجمه: محمد صائی، ۱۳۷۱).

همچنین مسئولیت اجتماعی یکی از وظایف و تعهدات سازمان در جهت منتفع ساختن جامعه است به نحوی که هدف اولیه سازمان یعنی حداکثر کردن سود را صورتی متعالی ببخشد (برامر و دیگران، ۲۰۰۷). مسئولیت اجتماعی یعنی نوعی احساس تعهد به وسیله مدیران سازمان‌های تجاری بخش خصوصی که آن گونه تصمیم‌گیری نمایند که در کنار کسب سود برای مؤسسه، سطح رفاه کل جامعه نیز بهبود یابد (دانکو و دیگران، ۲۰۰۸). باید توجه کرد که مسئولیت اجتماعی از تعهدات مدیریت است که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان، در جهت رفاه عمومی جامعه نیز انجام می‌گیرد (کترو، ۱۹۸۷).

مسئولیت‌های اجتماعی مدیران / بنگاه‌ها عبارت است از الزام به پاسخ‌گویی و ارضا توقعات گروه‌های ذینفع خارجی اعم از مشتریان، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، پاسداران محیط‌زیست و اهالی محل فعالیت واحد تولیدی / خدماتی، با حفظ منافع گروه‌های ذینفع داخلی اعم از مالکان یا سهامداران و کارکنان واحد (امینی، ۱۳۷۸).

کمیسون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت را به‌عنوان مفهومی تعریف می‌کند که به‌موجب آن شرکت‌ها ملاحظات اجتماعی و محیطی را در عملیات تجاری خود و در تعاملات خود با ذی‌نفعان خود به‌صورت داوطلبانه رعایت می‌کنند. این مفهوم درباره سازمان‌هایی است که تصمیم دارند تا از حداقل الزامات قانونی و مسئولیت‌های ناشی از توافقات جمعی عبور کرده تا نیازهای اجتماعی را مورد توجه قرار دهند (فیلیروز و فاین، ۲۰۱۱).

همچنین کمیسیون جوامع اروپایی (۲۰۰۱) مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان ترکیب داوطلبانه ملاحظات اجتماعی و محیطی در عملیات تجاری شرکت ها و روابط آن ها با گروه های ذینفع تعریف می کند (ملات پرست و آدامز، ۲۰۱۲).

در تعریفی دیگر، شورای کسب و کار جهانی برای توسعه پایدار، مسئولیت اجتماعی شرکت را این چنین تعریف می کند: تعهد مستمر کسب و کار برای رفتار اخلاقی و کمک به توسعه اقتصادی و در عین حال بهبود کیفیت زندگی نیروی کار و خانواده آن ها و نیز بهبود کیفیت زندگی جامعه محلی (شهر مورد فعالیت) و همچنین کل جامعه (فیلیوز و فاین، ۲۰۱۱).

در یک تعریف کلی تر، مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان روش هایی تعریف می شود که در آن یک کسب و کار به دنبال همسو کردن ارزش ها و رفتار خود با ارزش و رفتار ذی نفعان مختلف خود است. گروه های مختلف تحت تأثیر اقدامات یک سازمان، ذی نفعان نامیده می شوند و ذی نفعان یک کسب و کار شامل کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان، دولت ها، گروه های ذینفع (نظیر گروه های زیست محیطی)، رقبای، شرکا، جوامع، مالکان، سرمایه گذاران و گروه های اجتماعی گسترده تر هستند که عملیات کسب و کار می تواند بر آن ها تأثیر داشته باشد (چاتر جی و دیگران، ۲۰۰۹).

سازمان بین المللی استاندارد در سال ۲۰۱۰ در قالب ایزو ۲۶۰۰۰ مسئولیت اجتماعی شرکتی را در قبال تأثیرات و پیامدهای تصمیمات و فعالیت هایش بر جامعه و محیط زیست، به طور شفاف و اخلاقی شامل موارد زیر تعریف کرد:

- مشارکت در توسعه پایدار، شامل بهداشت و رفاه جامعه
- در نظر گرفتن انتظارات ذی نفعان
- تطابق با قوانین و سازگاری با هنجارهای بین المللی
- یکپارچه سازی مسئولیت اجتماعی در سراسر سازمان و استفاده از آن در روابط خود (ایزو ۲۶۰۰۰، ۲۰۱۰).

مدل‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی

در مورد عوامل تشکیل‌دهنده مسئولیت اجتماعی شرکتی، مطالب بسیاری مطرح شده است و نظرات بسیاری وجود دارند. اولین تعریف چهاربخشی از مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط کارول در سال ۱۹۷۹ تحت عنوان مدل مفهومی عملکرد مسئولانه اجتماعی، مطرح گردید؛ که شامل مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت اختیاری (داوطلبانه) است. در سال ۱۹۸۶، وارنیک و کوکران مدل اجتماعی سازمان را بسط داده و عملکرد اجتماعی سازمان را عبارت از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پاسخگویی اجتماعی سازمان و مدیریت مسائل عمومی عنوان نمودند. در مرحله اول، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان شامل دیدگاه‌های اقتصادی، قانونی، اخلاقی و صلاح‌دید یا بشردوستانه هست که منجر به شکل‌گیری گرایش‌های فلسفی شامل تدوین قرارداد اجتماعی سازمان‌ها و سازمان به‌عنوان یک عامل اخلاقی می‌گردد. در مرحله دوم پاسخگویی اجتماعی سازمان مطرح هست که شامل راهبردهای انفعالی، تدافعی، تطابقی و پیشگیرانه می‌شود و در نتیجه گرایش‌های نهادی که سازگاری و بقا سازمان در محیط را مورد بحث قرار می‌دهند از قبیل ظرفیت‌سازی پاسخ به تغییر شرایط اجتماعی و توسعه پاسخ‌دهی رویکردهای مدیریتی را ایجاد می‌کند. در مرحله سوم، مدیریت مسائل عمومی شامل تشخیص مسائل و سپس تحلیل آن‌ها، مطرح شده و منجر به ایجاد گرایش‌های سازمانی شامل تعیین خط‌مشی اجتماعی سازمان و حداقل‌سازی غافلگیرشان سازمان‌ها می‌گردد (احمدی، الوانی و معمار زاده طهران، ۱۳۹۰).

وود در سال ۱۹۹۱ این مدل را در قالب یک چارچوب جامع مطرح کرده که اصول اساسی آن بر رفتار مسئولانه، فرآیند تأثیرپذیری و نتایج حاصل از عملکرد اجتماعی، تأکید دارند. این مدل، در کنار تعیین انواع مختلف مسئولیت‌پذیری، به بررسی ابعاد مرتبط با اصول انگیزشی، رفتار مسئولانه و فرآیند مسئولیت‌پذیری می‌پردازد. بر طبق این مدل، عملکرد اجتماعی شرکتی، در نتیجه ایجاد تصویری شفاف و واضح از مسئولیت اجتماعی شرکتی حاصل می‌شود. این مدل به‌عنوان پایه و اساسی در تحقیقات مربوط به مسئولیت اجتماعی بوده است. طبق نظر وود، مسئولیت‌پذیری شامل یک بعد عملی - اجباری است که نیاز به ایجاد عاملی انگیزشی، جهت

انجام دارد. اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی طبق نظر وود شامل اصول نهادی، اصول سازمانی، اصول شخصی است (مهان و ریچارد، ۲۰۰۶).

مدل پنج بعدی مسئولیت اجتماعی مک کنزی بیان می کند که هرچه از سمت بالا به پایین حرکت کنیم، از یک طرف میزان انتظارات و خواسته های جامعه کاهش یافته و از طرف دیگر تأمین آن ها طولانی تر و دشوارتر خواهد بود. واضح است که مدیران در ابعاد اولیه مسئولیت اجتماعی، طبق این مدل بیشتر تلاش می کنند تا سایر ابعاد آن. این ابعاد شامل صاحبان سهام، کارکنان، مشتریان، محیط طبیعی، ارزش های فرهنگی می شوند. از سوی دیگر بر طبق نظر لانتوس، سه نوع منحصر به فرد از مشروعیت مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر اساس طبیعت (لازم در برابر اختیاری) و هدف (مفید برای ذی نفعان، شرکت، یا هر دو) وجود دارد که یک کسب و کار می تواند به آن پردازد و جهت تصمیم گیری در مورد پارامترها و مشروعیت مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی نیاز است بین آن ها تمایز قائل شد. لانتوس این سه نوع را شامل اخلاقی، نوع دوستانه و استراتژیک می داند (شیخیان و باقری، ۱۳۸۹).

مدل استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ مسئولیت پذیری اجتماعی ایزو ۲۶۰۰۰، یک راهنمای مسئولیت پذیری اجتماعی است که در تاریخ ۲۰۱۰/۰۱/۱۱ توسط سازمان بین المللی استاندارد مستقر در ژنو (ISO) منتشر شد. این استاندارد، به عنوان یکی از آرمانی ترین استانداردهای بین المللی در مهر و موم های اخیر شناخته شده است و سندی است که تجربه های بین المللی در رابطه با مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی را برای سازمان در جامعه ادغام می کند. آنچه ایزو ۲۶۰۰۰ را در بین بسیاری از طرح های مسئولیت پذیری اجتماعی استثنائی می سازد، این است که یک اجماع بین المللی واقعی از آنچه معنای مسئولیت پذیری اجتماعی است و موضوعات اصلی که نیاز است که برای پیاده سازی به آن ها پرداخته شود، جمع آوری کرده و به صورت چکیده ارائه می دهد. علاوه بر این، مبتنی بر ورودی گسترده ای از ذی نفعان، شامل کشورهای در حال توسعه، کسب و کار، دولت، مصرف کنندگان، نیروی کار، سازمان های غیردولتی و... هست. برخلاف استانداردهای ایزو مرتبط، از قبیل ایزو ۲۰۰۸:۹۰۰۱ (مدیریت کیفیت) و ایزو ۱۴۰۰۱ (مدیریت زیست محیطی) که هر کدام استانداردهای سیستم های مدیریتی هستند که می توانند از سوی سازمان ها جهت اهداف اخذ گواهینامه، مورد استفاده قرار گیرند. این

استاندارد، راهنمای داوطلبانه است که برای اخذ گواهینامه‌های رسمی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد (به نقل از سازمان بین‌المللی استاندارد، ۲۰۱۶).

یک دیدگاه عمومی از اداره کسب و کار، این استاندارد را به خاطر دامنه بسیار وسیع منافع آن در زمینه صنایع و بخش‌های خاص و پرهزینه و وقت‌گیر بودن، برای بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط در پیاده‌سازی دارای نقص دانسته و به این علت که برخلاف سایر استانداردهای بین‌المللی ایزو، یک سیستم قابل تصدیق نیست، دارای ضعف‌هایی در ارزیابی اثربخشی آن می‌داند. با این حال، در مورد اجرای استاندارد بین‌المللی ایزو ۲۶۰۰۰ مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سه دلیل اساسی وجود دارد که چرا سازمان‌های بزرگ، متوسط و کوچک ممکن است نیازمند به پیاده‌سازی استاندارد بین‌المللی ایزو ۲۶۰۰۰ باشند: ۱) تصویر مثبت ایزو به عنوان یک سازمان معتبر جهانی برای استقرار استانداردهای تخصصی بین‌المللی؛ ۲) ایجاد یک توافق بین‌المللی در میان ذی‌نفعان در مورد تعریف و اهداف مسئولیت‌پذیری اجتماعی که به اثرات اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌های کسب و کار بر جامعه و محیط طبیعی مرتبط می‌شود؛ و ۳) یک مرجع جامع برای تیم مدیریتی علاقه‌مند به یکپارچگی اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عملیات شرکت هست (به نقل از سازمان بین‌المللی استاندارد، ۲۰۱۶).

این استاندارد دارای هفت بند است که بندهای اول تا سوم آن به ارائه عبارات و تعاریف؛ و درک و شناخت مسئولیت اجتماعی پرداخته و سایر بندها شامل اصول مسئولیت اجتماعی؛ شناخت مسئولیت اجتماعی و مشارکت ذی‌نفعان. راهنمای موضوعات اصلی مسئولیت اجتماعی؛ و راهنمای یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی در کل سازمان هست.

در بند چهارم استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، هفت اصل برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل: شفافیت؛ پاسخگویی؛ رفتار اخلاقی؛ احترام به منافع ذی‌نفعان؛ احترام به حاکمیت قانون؛ احترام به هنجارهای بین‌المللی رفتار؛ و احترام به حقوق بشر معرفی شده است. بند پنجم این استاندارد، به شناخت مسئولیت اجتماع توسط سازمان و مشارکت ذی‌نفعان در کسب این شناخت برای سازمان پرداخته و ضمن آن، بیان می‌گردد که یک سازمان جهت شناخت مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود و اداره آن بایستی سه رابطه را درک کند: رابطه بین سازمان و جامعه، رابطه بین سازمان و ذی‌نفعانش و رابطه بین ذی‌نفعان و جامعه. یک سازمان باید بپذیرد که ذی‌نفعان آن

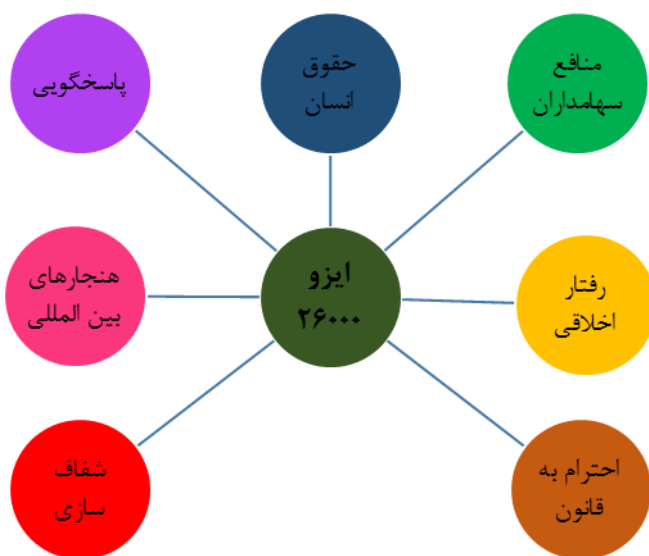
شامل افراد و سایر سازمان‌ها و فراتر از آن جامعه، از آنجا که اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند، ممکن است انتظارات و منافع متفاوتی داشته باشند که می‌تواند تحت تأثیر تصمیمات و فعالیت‌های سازمان قرار گیرد (خلیفه سلطانی، ۱۳۹۳).

این مدل اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی را به صورت زیر تعریف می‌کند:

- **پاسخگویی:** یک سازمان باید مسئول آثار خود بر روی جامعه، اقتصاد و محیط باشد. این اصل حاکی از آن است که یک سازمان باید رسیدگی موشکافانه‌ای را بپذیرد و همچنین وظیفه پاسخ‌دهی به این رسیدگی را به عهده گیرد.
- **شفافیت فعالیت‌های سازمان:** یک سازمان باید در یک وضعیت شفاف، دقیق و کامل قرار داشته باشد و دارای درجه منطقی و کافی از سیاست‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌هایی باشد که مسئول آن‌هاست، از جمله آثار مشخص و احتمالی آن بر جامعه و محیط. این اطلاعات باید به سهولت موجود بوده و مستقیماً در دسترس قرار گیرند و برای گروه‌هایی که تحت تأثیر سازمان هستند، قابل درک باشد.
- **رفتار اخلاقی:** رفتار یک سازمان باید بر اساس ارزش‌هایی مانند صداقت، انصاف و درستی باشد. این ارزش‌ها دلالت بر دغدغه برای انسان‌ها، حیوانات و محیط و توجه به آثار فعالیت‌های سازمان و تصمیم‌گیری‌های آن بر روی منافع ذی‌نفعان دارد.
- **توجه و احترام به اجرای قانون:** توجه به اجرای قانون به حاکمیت قانون اشاره دارد و به طور خاص منظور این است که هیچ فرد یا سازمانی فراتر از قانون نبوده و دولت نیز تابع قانون است. در زمینه مسئولیت اجتماعی، احترام به تأمین قانونی به معنای آن است که یک سازمان با تمامی قوانین و مقررات اجرایی موافقت داشته باشد. این اصل حاکی از آن است که باید برای آگاهی از قوانین و مقررات اجرایی تلاش شود تا افراد درون سازمان از تعهدات خود مطلع باشند.
- **احترام به منافع و علائق سهامداران:** یک سازمان باید به منافع ذی‌نفعان خود احترام گذاشته، آن‌ها را در نظر داشته و پاسخگو باشد؛ اگرچه اهداف یک سازمان ممکن است به منافع مالکین، اعضا، مصرف‌کنندگان یا اعضای خود محدود باشد، دیگر افراد و گروه‌ها نیز

ممکن است دارای حقوق، ادعاها یا منافع مشخصی باشند که باید در نظر گرفته شوند. به‌طور کلی، این افراد یا گروه‌ها ذی‌نفعان سازمان را تشکیل می‌دهند.

- **احترام به حقوق انسان:** رفتار توأم با احترام با تمامی افراد و تلاش ویژه برای کمک به افراد گروه‌های آسیب‌پذیر. یک سازمان باید به حقوق انسانی احترام گذاشته و اهمیت و عمومیت آن‌ها را در نظر بگیرد. حقوق انسانی به رفتار محترمانه تمامی افراد صرف‌نظر از ویژگی‌های شخصی آن‌ها و صرفاً به دلیل انسان بودنشان اشاره دارد.
- **احترام به هنجارهای بین‌المللی:** یک سازمان باید ضمن رعایت قوانین داخلی هر کشور به هنجارهای بین‌المللی هم احترام گذاشته و برخلاف آن هنجارها عمل نکند.



شکل شماره ۱- اصول هشتگانه ایزو ۲۶۰۰۰

الزامات مدیریتی اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی

سازمان‌ها در سراسر جهان و ذی‌نفعانشان به‌طور روزافزون به‌ضرورت و مزایای رفتار مسئولانه اجتماعی آگاه می‌شوند. در واقع هدف از مسئولیت اجتماعی، مشارکت در توسعه پایدار است. عملکرد یک سازمان از نظر تأثیر آن بر جامعه و همچنین تأثیر آن بر محیط‌زیست، عامل مهمی در سنجش عملکرد کلی سازمان و توانایی برای ادامه فعالیت‌هایش به‌طور مؤثر به شمار می‌آید.

در بیشتر موارد، سازمان‌ها می‌توانند گسترش سیستم‌های موجود، سیاست‌ها، ساختارها، شبکه‌های سازمان، مسئولیت اجتماعی را به اجرا درآورند؛ اگرچه برخی فعالیت‌ها احتمالاً باید با استفاده از شیوه‌های جدید و با در نظر گرفتن طیف گسترده‌ای از عوامل اجرا شوند. برخی سازمان‌ها ممکن است تکنیک‌هایی برای معرفی رویکرد جدید در فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری خود، همراه با سیستم‌های مؤثر برای ارتباطات و بازنگری داخلی بنانهاده باشند. برخی دیگر، سیستم‌های کمتر توسعه‌یافته‌ای برای راهبری سازمان یا سایر جنبه‌های مسئولیت اجتماعی دارند. سازمان‌ها صرف‌نظر از نقطه شروع به‌منظور اجرای مسئولیت اجتماعی باید رهنمودهای زیر را در نظر بگیرند.

۱- مشخص کردن رابطه ویژگی‌های سازمان با مسئولیت اجتماعی

به‌منظور ایجاد یک مبنای آگاهانه برای اجرای مسئولیت اجتماعی در کل سازمان، لازم است سازمان چگونگی ارتباط میان ویژگی‌های کلیدی خود و مسئولیت اجتماعی را مشخص کند. این تجزیه و تحلیل، همچنین به شناسایی و تعیین مسائل اصلی مسئولیت اجتماعی مرتبط با سازمان و ذی‌نفعان آن در هر موضوع اصلی کمک می‌کند.

مهم‌ترین مواردی که باید در این تجزیه و تحلیل موردبررسی قرار گیرد، شامل موارد زیر است:

- نوع، هدف، ماهیت عملیات و اندازه سازمان.
- حوزه‌هایی که سازمان در آن فعالیت می‌کند.
- سازمان‌های بخشی که سازمان با آن‌ها مشارکت می‌کند.

۲۰ | نظریه‌ها، تجارب و عملکرد سازمان منطقه آزاد چابهار در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی

همچنین برای سازمان مهم است که از نگرش جاری، سطح تعهد و درک مسئولیت اجتماعی رهبری، خود آگاه باشد. درک کامل سازمان از اصول، موضوعات اصلی و منافع مسئولیت اجتماعی به یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی در درون سازمان و حوزه نفوذ آن کمک شایانی خواهد کرد.

۲- درک مسئولیت اجتماعی سازمان

بررسی دقیق و جامع در حیطه مسئولیت اجتماعی، فرایندی جامع و کنشگرانه به‌منظور شناسایی اثرات منفی اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌های یک سازمان است که با هدف اجتناب و کاهش اثرات منفی آن انجام می‌شود.

همچنین این بررسی نفوذ و تأثیر دیگران، به‌ویژه درجایی که ممکن است سازمان به‌عنوان یکی از عوامل شریک در نقض حقوق بشر یا نقض سایر موضوعات شناخته شود را نیز در برگیرد. در فرایند بررسی دقیق و جامع، متناسب با اندازه و شرایط سازمان، موارد زیر در نظر گرفته شود:

- سیاست‌های سازمانی مرتبط با موضوعات اصلی که راهنمایی‌های ارزشمندی را برای افراد درون سازمان و افرادی که رابطه نزدیکی با سازمان دارند، فراهم می‌کند.
- ابزارهای ارزیابی چگونگی تأثیرات احتمالی فعالیت‌های موجود و پیشنهادی بر اهداف سازمان تدوین می‌گردد.
- ابزارهای پیگیری عملکرد سازمان در طول زمان به‌منظور ایجاد تنظیمات لازم در اولویت‌ها و رویکردها طراحی می‌شود.

علاوه بر خودارزیابی، یک سازمان ممکن است دریابد که در برخی موارد، این امکان و تناسب وجود دارد تا برای تأثیر بر رفتار دیگر نهادها و افزایش عملکردشان در حوزه مسئولیت اجتماعی تلاش شود، به‌ویژه در مواردی که ارتباط نزدیکی با سازمان دارند. هنگامی که سازمان در حوزه بهبود عملکرد مسئولیت اجتماعی تجربه کسب می‌کند، ممکن است ظرفیت و تمایل سازمان به همکاری با دیگر نهادها در جهت حمایت از این هدف گسترش یابد.

۳- تعیین میزان ارتباط و اهمیت موضوعات اصلی برای سازمان

همه موضوعات اصلی، نه همه مسائل، به همه سازمان‌ها ارتباط دارند. یک سازمان موظف است، تمام موضوعات اصلی را برای شناسایی مسائل مرتبط بررسی کند. در همین ارتباط سازمان باید:

- کلیه فعالیت‌های خود را فهرست کند.
- ذی‌نفعان را شناسایی کند.
- فعالیت‌های خود و دیگر سازمان‌ها در حوزه نفوذ را شناسایی کرده و در نظر داشته باشد که تصمیمات و فعالیت‌های تأمین‌کنندگان و پیمانکاران، می‌تواند مسئولیت اجتماعی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد.
- تعیین موضوعات و مسائل اصلی در هنگام انجام فعالیت‌ها که در حوزه نفوذ یا زنجیره ارزش است، ممکن است رخ دهد.
- بررسی راه‌هایی که از آن طریق، ذی‌نفعان و مسائل مسئولیت اجتماعی می‌توانند بر تصمیمات، فعالیت‌ها و برنامه‌های سازمان تأثیر بگذارند.
- تمامی مسائل مسئولیت اجتماعی مرتبط با فعالیت‌های روزانه و دیگر مسائلی که تنها در شرایط بسیار خاص رخ می‌دهند را مورد شناسایی قرار دهد.

اگرچه خود سازمان ممکن است باور داشته باشد که مسئولیت اجتماعی خود را درک می‌کند؛ اما باید مشارکت ذی‌نفعان را نیز در فرایند شناسایی برای گسترش چشم‌انداز، موضوعات و مسائل اصلی در نظر بگیرد. پس از آن که سازمان طیف گسترده‌ای از مسائل مرتبط با تصمیمات و اقدامات خود را مورد شناسایی قرارداد، می‌تواند به‌دقت مسائل شناسایی‌شده را بررسی کند. مجموعه‌ای از معیارهای تصمیم‌گیری درباره مسائل و موضوعات اصلی که بیشترین اهمیت را در کل و برای سازمان دارند، تدوین کند. برخی از این معیارها عبارت‌اند از:

- میزان تأثیر مسائل بر ذی‌نفعان و توسعه پایدار
- اثر بالقوه اقدام یا عدم اقدام روی آن مسئله
- سطح دغدغه ذی‌نفعان درباره آن مسئله

مسائلی که در کل بااهمیت در نظر گرفته می‌شوند عبارت‌اند از: عدم تطابق با قوانین، عدم سازگاری با هنجارهای رفتار بین‌المللی، نقض بالقوه حقوق بشر، شیوه‌هایی که می‌توانند زندگی و سلامت را به خطر اندازد و شیوه‌هایی که می‌توانند تأثیر منفی جدی بر محیط بگذارند.

۴- ارزیابی حوزه نفوذ سازمان و اعمال نفوذ

حوزه‌های سازمان از منابع زیر سرچشمه می‌گیرد:

- مالکیت و نظام راهبری: ماهیت و گستره مالکیت و نمایندگی را شامل می‌شود.
- رابطه اقتصادی: تأثیرگذاری بر مبنای سطح ارتباطات اقتصادی و اهمیت این ارتباط برای هر سازمان است.
- مرجع سیاسی-قانونی: بر مبنای تهیه قراردادهای قانونی یا وجود اختیارات قانونی که توانایی تحمیل موارد خاص بر دیگران را به سازمان می‌دهد، استوار است.
- افکار عمومی: توانایی سازمان برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و اثرات افکار عمومی بر عواملی که سازمان تلاش می‌کند بر آن‌ها تأثیر داشته باشد را شامل می‌شود.

سازمان می‌تواند از طریق اعمال نفوذ خود بر دیگران، در جهت افزایش اثرات مثبت بر توسعه پایدار یا به حداقل رساندن اثرات منفی یا هردوی آن‌ها گام بردارد. سازمان باید به هنگام ارزیابی حوزه نفوذ و تعیین مسئولیت‌های خود، بررسی دقیق و جزئی را به کار گیرد. راهکارهای اعمال نفوذ عبارت‌اند از:

- تنظیم بندهای قراردادی و یا مشوق‌ها
- بیانیه‌های عمومی توسط سازمان
- مشارکت و همکاری با جامعه، رهبران سیاسی و دیگر ذی‌نفعان
- تصمیم‌گیری در مورد سرمایه‌گذاری‌ها
- به اشتراک گذاشتن دانش و اطلاعات
- انجام پروژه‌های مشترک
- مشارکت با انجمن‌های بخشی، سازمان‌ها و دیگران

یک سازمان باید جنبه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی، حاکمیت سازمانی و نیز مسئولیت اجتماعی سازمان‌هایی را که با آن‌ها در ارتباط است یا قصد برقراری ارتباط با آن‌ها را دارد، در نظر بگیرد. به کارگیری نفوذ سازمان، باید همواره توسط رفتار اخلاقی و سایر اصول و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی هدایت شود. سازمان وقتی اعمال نفوذ می‌کند، باید در درجه اول، مشارکت در گفتگو باهدف بهبود آگاهی در مورد مسئولیت اجتماعی و ترویج رفتار مسئولانه را در نظر گیرد؛ اگر گفتگو مؤثر نباشد، اقدامات دیگری شامل تغییر ماهیت ارتباط، باید در نظر گرفته شوند.

۵- اولویت‌بندی برای پرداختن به مسائل و موضوعات اصلی

سازمان باید اولویت‌های خود را برای اجرای مسئولیت اجتماعی در تمام سازمان و فعالیت‌های روزانه آن تعیین کند و به آن متعهد باشد. اولویت‌ها باید از میان مسائلی که مهم و مرتبط در نظر گرفته می‌شوند، انتخاب شوند. ذی‌نفعان نیز باید در شناسایی اولویت‌ها مشارکت داده شوند.

سازمان باید برای تعیین اولویت یک فعالیت موارد زیر را مدنظر قرار دهد:

- عملکرد فعلی سازمان در رابطه با تطابق قانونی، استانداردهای جهانی، هنجارهای رفتاری بین‌المللی و بهترین عملکردها
- آیا این مسئله تأثیر فراوانی بر توانایی سازمان در رسیدن به اهداف مهم دارد
- تأثیر بالقوه اقدام مربوطه در مقایسه با منابع موردنیاز برای اجرا
- مدت‌زمان رسیدن به نتایج مطلوب

باید توجه داشت که اولویت‌ها در فواصل زمانی مناسب برای سازمان، بررسی و به‌روزرسانی شوند.

۶- افزایش آگاهی و ایجاد شایستگی برای مسئولیت اجتماعی

ایجاد مسئولیت اجتماعی در همه ابعاد فعالیت یک سازمان، تعهد و درک همه‌جانبه سازمان را در همه سطوح می‌طلبد. در مراحل اولیه تلاش سازمان در زمینه مسئولیت اجتماعی،

ایجاد آگاهی باید برافزایش درک جنبه‌های مسئولیت اجتماعی شامل اصول، موضوعات اصلی و مسائل متمرکز باشد. تعهد و درک باید از بالاترین سطح سازمان آغاز شود. درک مزایای مسئولیت اجتماعی برای سازمان، نقش اساسی در ایجاد تعهد در رهبری سازمان ایفا می‌کند؛ بنابراین، تلاش‌ها باید در ایجاد درک همه‌جانبه رهبری سازمان از مفاهیم و مزایای مسئولیت اجتماعی انجام شود.

برخی کارکنان و بخش‌های سازمان، علاقه بیشتری به اقدام در جهت مسئولیت اجتماعی دارند. سازمان‌ها ممکن است تمرکز و تلاش اولیه را بر این بخش‌ها و حوزه‌های پذیرا قرار دهند تا معنای مسئولیت اجتماعی را در عمل نشان دهند. ایجاد فرهنگ مسئولیت اجتماعی در درون سازمان ممکن است به زمان زیادی نیاز داشته باشد؛ اما پیشرفت این موضوع با روش نظام‌مند و عمل بر مبنای ارزش‌ها و فرهنگ موجود در بسیاری از سازمان‌ها مؤثر بوده است.

۷- تعیین مسیر سازمان به‌سوی مسئولیت اجتماعی

بیانیه‌ها و اقدامات رهبری سازمان همراه با اهداف، آرمان‌ها، ارزش‌ها، اصول اخلاقی و استراتژی سازمان، مسیر سازمان را تعیین می‌کنند. برای اینکه مسئولیت اجتماعی بخش مهم و مؤثری از کارکرد سازمان باشد، باید مسئولیت اجتماعی در این جنبه‌های سازمان منعکس شود. سازمان باید مسیر خود را با یکپارچه کردن مسئولیت اجتماعی در سیاست‌ها، خط‌مشی، فرهنگ سازمانی، استراتژی، ساختارها و عملکرد تعیین کند.

برخی اقدامات در این باره به شرح زیر است:

- در نظر گرفتن اهمیت مسئولیت اجتماعی در آرمان‌ها یا بیانیه چشم‌انداز سازمان
- بیان مشخص، شفاف و دقیق جنبه‌های مهم مسئولیت اجتماعی سازمان
- رعایت اصول رفتاری و اخلاقی که تعهد سازمان را در قبال مسئولیت اجتماعی از طریق تبدیل اصول و ارزش‌ها به بیانیه‌هایی درباره رفتار مناسب، مشخص می‌کند.
- اولویت‌های اقدام در زمینه مسائل و موضوعات اصلی استاندارد که از طریق ادغام آن در سیستم‌ها، سیاست‌ها، فرایندها به اهداف سازمانی قابل مدیریت دست یابیم.

۸- ایجاد مسئولیت اجتماعی در حاکمیت، سیستم‌ها و فرایندهای سازمانی

یکی از راه‌های مهم و مؤثر برای یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی در کل سازمان، حاکمیت سازمانی است، سیستمی که بر اساس آن تصمیمات در جهت نیل به اهداف، اتخاذ و اجرا می‌شوند. سازمان باید تأیید کند که اصول مسئولیت اجتماعی در حاکمیت و نحوه اداره سازمان اجرایی شده و در ساختار و فرهنگ و الگوهای رفتاری آن منعکس شده است. سازمان باید رویه‌ها و فرایندهای خود را در فواصل زمانی مناسب بازنگری کند تا اطمینان یابد که مسئولیت اجتماعی سازمان در آن‌ها لحاظ شده است. برای دستیابی به آنچه گفته شد باید موارد زیر در نظر گرفته شود:

- اطمینان از انعکاس مسئولیت اجتماعی سازمان و پاسخ به آن در شیوه‌های مدیریتی نهادینه شده در سازمان.
- شناسایی راه‌هایی که با استفاده از آن‌ها به اصول مسئولیت اجتماعی و مسائل و موضوعات اصلی استاندارد در بخش‌های مختلف سازمان عمل شود.
- با توجه به اندازه و ماهیت سازمان، بخش‌ها یا گروه‌های درون‌سازمانی برای بازنگری و تجدیدنظر در رویه‌های عملیاتی ایجاد شود به گونه‌ای که با اصول و موضوعات اصلی مسئولیت اجتماعی سازگار باشد.
- در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی در انجام عملیات سازمان و ادغام آن با شیوه‌های سرمایه‌گذاری، مدیریت منابع انسانی و ...

روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی

بسیاری از فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی برخی اشکال ارتباطات داخلی و خارجی را در برمی‌گیرد. ارتباطات عاملی حیاتی در کارکردهای متعدد و مختلف خارجی مسئولیت اجتماعی به شمار می‌آید که این کارکردها عبارت‌اند از:

- افزایش آگاهی درون و برون سازمان از خط‌مشی و اهداف، طرح‌ها، عملکرد و چالش‌های مسئولیت اجتماعی
- احترام گذاشتن به اصول مسئولیت اجتماعی
- کمک به مشارکت و ایجاد گفتگو با ذی‌نفعان
- نشان دادن چگونگی عملکرد سازمان به تعهدات خود در زمینه مسئولیت اجتماعی
- ارائه اطلاعات درباره تأثیرات فعالیت‌ها، محصولات و خدمات از جمله چگونگی تغییر جزئیات این تأثیرات در طول زمان
- تسهیل مقایسه میان سازمان‌های هم‌ردیف و هم‌کار که می‌تواند باعث بهبود عملکرد مسئولیت اجتماعی سازمان شود.
- افزایش اعتبار سازمان به دلیل اقدامات اجتماعی مسئولانه، صداقت، پاسخگویی و شفافیت به‌منظور تقویت اعتماد ذی‌نفعان به سازمان

ویژگی‌های اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی

- اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی باید ویژگی‌های زیر را دارا باشند:
- کامل بودن اطلاعات باید تمامی فعالیت‌های قابل توجه و تأثیرات مرتبط با مسئولیت اجتماعی را مورد توجه قرار دهد.
 - قابل درک بودن: اطلاعات باید با توجه به دانش و پیشینه فرهنگی، اجتماعی، تحصیلی و اقتصادی کسانی که در ارتباطات درگیر هستند، ارائه شود. زبان مورد استفاده و نوع ارائه مطلب و همین‌طور چگونگی سازمان‌دهی آن باید قابل دسترس برای ذی‌نفعانی باشد که قصد دریافت اطلاعات را دارند.
 - پاسخ‌گو بودن: اطلاعات باید جوابگویی منافع ذی‌نفعان باشد.

- درست و دقیق بودن: اطلاعات مبتنی بر واقعیت باشد و جزئیات کافی را که مفید و مناسب هدف هستند، تأمین کند.
- متوازن و متعادل بودن: اطلاعات باید معقول و عادلانه باشد و نباید اطلاعات منفی مرتبط با تأثیرات فعالیت‌ها سازمان را حذف کند.
- به‌روز بودن: اطلاعات قدیمی و تاریخ گذشته ممکن است گمراه‌کننده باشد. زمانی که اطلاعات به تشریح فعالیت‌ها در یک بازه زمانی خاص می‌پردازد، شناسایی آن بازه به ذی‌نفعان اجازه می‌دهد که عملکرد سازمان را با عملکردهای پیشین و یا سایر سازمان‌ها مقایسه کنند
- در دسترس بودن: اطلاعات درباره مسائل خاص باید در دسترس ذی‌نفعان مرتبط قرار گیرد

ظرفیت‌های قانونی مسئولیت اجتماعی در سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار

مسئولیت اجتماعی شرکتی، مدت زیادی است که توجه دانشگاهیان، پژوهشگران، سازمان‌ها و شرکت‌های غیردولتی و دولتی را به خود جلب کرده است و به‌عنوان یکی از ابعاد مهم فعالیت‌های عملیاتی شرکت‌ها درآمده است. افزایش جهانی شدن تجارت، بالا رفتن اهمیت استراتژیک روابط ذی‌نفعان و رشد مدیریت نمای شرکت، سه عامل کلیدی و محرک اصلی در افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتی است. شرایط امروز جهان و فضاهای جدید کسب‌وکار ایجاب می‌کند تا رهبران و مدیران سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ، نوعی تعادل میان بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی سازمانشان ایجاد کنند. ورود سازمان‌های دولتی به بحث مسئولیت اجتماعی جدای از مسائلی مانند آموزش و فرهنگ‌سازی باید مطابق با قوانین داخلی و فرادستی آن سازمان باشد؛ به‌صورت مثال، طبق اصل ۵۵ قانون اساسی در کلیه سازمان‌ها و مؤسسات دولتی هیچ هزینه‌ای نباید از اعتبارات مصوب تجاوز کند و هر وجهی باید در محل خود به مصرف شده باشد. به همین دلیل در این بخش به ظرفیت‌های قانونی مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌پردازیم.

در مقدمه قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران آمده است: در تحکیم بنیادهای اقتصادی، اصل، رفع نیازهای انسان در جریان رشد و تکامل اوست نه اینکه همچون دیگر نظام‌های اقتصادی تمرکز بر تکتاثر، ازدیاد ثروت و سودجویی باشد؛ زیرا در مکاتب مادی، اقتصاد، خود هدف است و بدین جهت در مراحل رشد، اقتصاد عامل تخریب و فساد و تباهی می‌شود، ولی در اسلام، اقتصاد وسیله است و از وسیله انتظاری جز کارایی بهتر در راه وصول به هدف نمی‌توان داشت. با این دیدگاه برنامه اقتصاد اسلامی فراهم کردن زمینه مناسب برای بروز خلاقیت‌های متفاوت انسانی است و به این دلیل، تأمین امکانات مساوی و متناسب و ایجاد کار برای همه افراد و رفع نیازهای ضروری برای استمرار حرکت تکاملی او بر عهده حکومت اسلامی است. این نوع نگاه نه تنها باید در بن‌بند قوانین جاری کشور دیده شود؛ بلکه باید اسباب اجرای آن در همه زمینه‌ها فراهم شود.

همچنین در اصل سوم قانون اساسی تصریح شده است، دولت جمهوری اسلامی ایران موظف است برای نیل به اهداف مذکور در اصل دوم، همه امکانات خود را به کارگیرد و در انجام امور ذیل اهتمام ورزد:

- ۱- ایجاد محیط مساعد برای رشد فضایل اخلاقی بر اساس ایمان و تقوا و مبارزه با کلیه مظاهر فساد و تباهی
- ۲- بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر
- ۳- آموزش و پرورش و تربیت بدنی رایگان برای همه در تمام سطوح و تسهیل و تعمیم آموزش عالی
- ۴- تقویت روح پژوهشگری، تتبع و ابتکار در تمام زمینه‌های علمی، فنی، فرهنگی و اسلامی از طریق تأسیس مراکز تحقیق و تشویق محققان
- ۵- طرد کامل استعمار و جلوگیری از نفوذ اجانب
- ۶- محو هرگونه استبداد و خودکامگی و انحصارطلبی
- ۷- تأمین آزادی‌های سیاسی و اجتماعی در حدود قانون

۸- مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش

۹- رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه در تمام زمینه‌های مادی و معنوی

۱۰- ایجاد نظام اداری صحیح و حذف تشکیلات غیرضروری

۱۱- تقویت کامل بنیه دفاع ملی از طریق آموزش نظامی عمومی برای حفظ استقلال و تمامیت ارضی و نظام اسلامی کشور

۱۲- پی‌ریزی اقتصاد صحیح و عادلانه بر طبق ضوابط اسلامی برای ایجاد رفاه و رفع فقر و برطرف ساختن هر نوع محرومیت در زمینه‌های تغذیه و مسکن و کار و بهداشت و تعمیم بیمه

۱۳- تأمین خودکفایی در علوم و فنون صنعت و کشاورزی، امور نظامی و مانند این‌ها

۱۴- تأمین حقوق همه‌جانبه افراد از زن و مرد و ایجاد امنیت قضایی عادلانه برای همه و تساوی عموم در برابر قانون

۱۵- توسعه و تحکیم برادری اسلامی و تعاون عمومی بین همه مردم

۱۶- تنظیم سیاست خارجی کشور بر اساس معیارهای اسلام، تعهد برادرانه به همه مسلمانان و حمایت بی‌دریغ از مستضعفان جهان

فصل سوم قانون اساسی متشکل از اصول ۱۹ تا ۴۲ به حقوق ملت پرداخته است و به‌طور خاص وظایف دولت را در قبال ملت برشمرده است. این فصل بر حقوق مساوی مردم ایران از هر قوم و قبیله، فارغ از رنگ، نژاد، زبان و مانند این‌ها تأکید دارد و دولت را موظف به تأمین شرایط مناسب برای اشتغال و مسکن، تأمین اجتماعی، آموزش و پرورش رایگان می‌داند.

اگر نگاه دوباره به اصول مسئولیت اجتماعی سازمان داشته باشیم، می‌بینیم که تمامی این اصول، طبق اصول و موازین قانون اساسی است و سازمان منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار به‌عنوان یک سازمان کاملاً دولتی موظف است در جهت وظایفی که در قانون اساسی برای دولت ذکر شده است، گام بردارد.

بنده ماده ۱ آیین‌نامه چگونگی ایجاد مناطق آزاد تجاری-صنعتی درباره تأثیر عملکرد منطقه بر اقتصاد محلی و ملی و تأثیر آن بر شاخص‌ها و استانداردهای فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید می‌کند. از سوی دیگر، اساسنامه سازمان منطقه آزاد، هدف از تشکیل این سازمان را انجام امور زیربنایی، عمران و آبادانی، رشد و توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری و افزایش درآمد عمومی، ایجاد اشتغال سالم و مولد، تنظیم بازار کار و کالا، حضور فعال در بازارهای جهانی و منطقه‌ای، تولید و صادرات کالاهای صنعتی و تبدیلی و ارائه خدمات عمومی می‌داند. با توجه به این اهداف، می‌توان گفت، توجه به مسئولیت اجتماعی بخشی از وظایف ذاتی سازمان منطقه آزاد تجاری و صنعتی چابهار است و ورود این سازمان به این موضوع خارج از وظایف قانونی آن نیست.

منشور راهبری امور فرهنگی، اجتماعی و گردشگری مناطق آزاد تجاری-صنعتی اهداف را به سه ساحت فرا بخشی فرهنگ، میان بخشی فرهنگ و بخشی فرهنگ تقسیم می‌کند. در ساحت فرا بخشی فرهنگ بر گسترش تفاهم، تعامل و هویت‌یابی فرهنگی اجتماعی تأکید می‌شود؛ همچنین دانایی‌مداری، کار محوری، مردم‌سالاری، مسئولیت‌پذیری، پاس‌داشت ارزش‌های مشترک قومی، منطقه‌ای، ملی و دینی مورد توجه قرار گرفته است. ارتقای احساس امنیت اجتماعی، اعتلای اخلاق و فرهنگ مدارا نیز از اهداف ساحت فرا بخشی فرهنگ است. ساحت میان بخشی فرهنگ بر اصلاح و استقرار نهادهای آموزشی و پژوهشی-کاربردی انسان‌محور و توسعه نگر مناطق در کنار ارتقای کیفیت زندگی شهروندی با پایدارسازی اقتصاد اجتماعی، ترویج فرهنگ توسعه دریا پایه و توسعه اقتصاد دریایی تأکید دارد.

اهداف ساحت بخشی فرهنگ شامل: توانمندسازی فرهنگی و اجتماعی مناطق، احیای هنر، احیا و توسعه ظرفیت‌های فرا بخشی ورزش، میراث فرهنگی، بهداشت، سلامت و صنعت گردشگری در مناطق، اهتمام به محیط‌زیست، حفظ میراث و جاذبه‌های طبیعی، حفاظت و بهره‌گیری از میراث فرهنگی و منابع طبیعی است.

راهبردهای تدوین شده برای رسیدن به اهداف مذکور نیز به سه بخش تقسیم شده است. در ساحت فرا بخشی فرهنگ، برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی معطوف به تقویت بین بخشی فرهنگی، هنری، اجتماعی، گردشگری، اقتصادی، بهداشتی، ورزشی و زیست‌محیطی،

ایجاد زمینه مناسب جهت مشارکت‌های مردمی و تشکل‌های مردم‌نهاد مرتبط با موضوعات مذکور پیشنهاد شده است.

در ساحت میان بخشی، راهبردهای تدوین شده بر توجه به سنت‌ها و ارزش‌های بومی، قومی و محلی، بهره‌مندی از ظرفیت مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش رسمی و غیررسمی، بهره‌گیری از معارف اسلامی، گسترش همکاری با دستگاه‌های اجرایی تأکید دارد.

راهبردهای ساحت بخشی فرهنگ، شامل تبیین و ترویج مبانی ارزش‌های ایرانی اسلامی، فضائل اخلاقی، جذب مشارکت‌های برنامه دار، کارآمد و نظارت‌پذیر مردمی، رشد استعدادها، خلاقیت‌های فرهنگی و گسترش فعالیت‌های هنری و ادبی، بهبود و احیای معماری ایرانی اسلامی و تمهید افزایش تأثیرگذاری محیطی بر آرامش ساکنان و جذب گردشگران است.

با توجه به اسناد بالادستی موجود، اختیارات قانونی هیئت مدیره و مدیرعامل سازمان طبق مواد ۱۷ و ۱۹ اساسنامه سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار پیشنهاد می‌شود ساختار زیر در سازمان ایجاد شود:

الف. شورای سیاست‌گذاری

۱- شورای سیاست‌گذاری، شورایی با ماهیت نظارتی و مدیریتی کلان است که امر نظارت و تصویب و ابلاغ دستورالعمل‌ها و رویه‌های تدوین شده از سوی مشاور را بر عهده دارد.

۲- اعضای شورای سیاست‌گذاری، مدیرعامل سازمان، اعضای هیئت مدیره و مشاور پروژه هستند.

۳- دستور جلسات شورای سیاست‌گذاری به پیشنهاد مدیرعامل یا مشاور و موافقت مدیرعامل تعیین می‌شود.

۴- تصمیمات شورای سیاست‌گذاری پس از تأیید مدیرعامل، برای اجرا ابلاغ می‌شود و بخش‌های تابعه سازمان موظف به اجرای این تصمیمات هستند.

ب. شورای مشورتی

۱- این شورا با ماهیت مشورتی و با ترکیب و وظایف ذیل تشکیل می‌شود.

۲- ترکیب اعضا

- معاونان سازمان
- مدیران کل، مشاورین و صاحب‌نظران دانشگاهی و اجرایی مستقر در شهرستان

۳- وظایف شورا

- بررسی چالش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان و پیشنهاد آن‌ها به شورای سیاست‌گذاری
- بررسی مکانیسم‌ها و رویه‌های فنی و تخصصی عملیاتی کردن خط‌مشی‌ها و برنامه‌های استقرار مسئولیت اجتماعی شرکتی و ارائه راهکارها به شورای سیاست‌گذاری

ج. دبیرخانه

۱- ترکیب اعضا

- نماینده هیئت‌مدیره به‌عنوان رئیس دبیرخانه
- مشاور پروژه
- مشاوران اجرایی در کمیته‌های تخصصی

۲- وظایف دبیرخانه

- تهیه، تنظیم و ارائه پیشنهادهای، دستورالعمل‌ها و رویه‌ها در زمینه ارتقاء مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان
- ارتباط با مشاوران اجرایی و نظارت بر آنان در زمینه اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های ابلاغی از سوی شورای سیاست‌گذاری

۳- تأمین هزینه‌ها

بر اساس تبصره ۲ ماده واحده بودجه جاری سازمان منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار مصوب وزیران شورای عالی مناطق آزاد تجاری- صنعتی، سازمان مکلف است تا ده درصد از درآمدهای تحقق یافته خود را بر اساس مزیت نسبی هر منطقه ضمن هماهنگی با دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، برای برنامه‌های توسعه امور فرهنگی- اجتماعی و گردشگری و زیست محیطی مناطق در چارچوب منشور راهبردی امور فرهنگی- اجتماعی و گردشگری مناطق آزاد با تأکید بر رونق بخشیدن به کسب و کارهای مربوط اختصاص دهد.

همچنین بر اساس بند ج تبصره ۳ تصویب نامه بودجه سرمایه‌ای سال ۹۷ سازمان منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار مصوب وزیران شورای عالی مناطق آزاد تجاری- صنعتی سازمان مکلف است، حداقل ۱۰ درصد از سرجمع منابع داخلی تحقق یافته خود را بر اساس مزیت نسبی هر منطقه ضمن هماهنگی با دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، برای پروژه‌های عمرانی در راستای توسعه امور فرهنگی- اجتماعی و گردشگری و زیست محیطی مناطق در چارچوب منشور راهبردی امور فرهنگی- اجتماعی و گردشگری مناطق آزاد با تأکید بر رونق بخشیدن به کسب و کارهای مربوط اختصاص دهند.

بند ۳ بخش الزامات منشور راهبری امور فرهنگی، اجتماعی و گردشگری مناطق آزاد تجاری- صنعتی و ویژه اقتصادی مقرر کرده است تمامی درآمدهای حاصل از اجرای این تصویب نامه و حداقل ۱۰ درصد از درآمدهای هر منطقه در هر سال به تحقق برنامه‌های فرهنگی- اجتماعی و گردشگری اختصاص یابد.

با توجه به اینکه پروژه‌های مسئولیت اجتماعی در چهارچوب دو تبصره مذکور قرار می‌گیرد، تأمین بودجه اجرای این پروژه‌ها از این منابع بلامانع است.

با توجه به بودجه مصوب سال ۹۷ سازمان منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار درآمدهای جاری این سازمان برابر ۱،۳۲۰،۸۴۴،۰۰۰،۰۰۰ ریال است. با توجه به تبصره ۲ ماده واحده بودجه سازمان می‌تواند تا سقف ۱۰ درصد آن که معادل مبلغ ۱۳۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال آن با رعایت تشریفات قانونی برای برنامه‌های توسعه امور فرهنگی- اجتماعی و گردشگری و زیست محیطی

هزینه کند. در بخش بودجه سرمایه درآمدهای پیش‌بینی شده سال ۹۷ ۴،۵۸۷،۵۵۹،۰۰۰،۰۰۰ ریال است که بر اساس بند ج تبصره ۳ بودجه سرمایه‌ای سازمان مکلف است حداقل ۱۰ درصد از سرجمع منابع داخلی تحقق‌یافته خود را با رعایت تشریفات قانونی برای پروژه‌های عمرانی در راستای توسعه امور فرهنگی-اجتماعی و گردشگری و زیست‌محیطی مناطق اختصاص دهند. در مجموع کل بودجه قابل تخصیص به مباحث مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان برابر ۶۱۷،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال است.

بر اساس برنامه ششم توسعه، یک درصد از عوارض ورود کالا به مناطق آزاد تجاری به کمیته امداد و سازمان بهزیستی برای ایجاد اشتغال محرومان و نیازمندان بومی این مناطق تعلق می‌گیرد که این مبلغ باید در اختیار سازمان حمایتی مذکور قرار گیرد؛ ولی سازمان منطقه آزاد چابهار می‌تواند با هماهنگی این سازمان در جهت هدفمند کردن این بودجه مشارکت کند.

با توجه به پیش‌بینی ۱،۳۹۹،۷۵۱،۰۰۰،۰۰۰ ریالی دریافت عوارض ورود کالای تجاری سازمان در جهت‌دهی بودجه ۱۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریالی اشتغال محرومان و نیازمندان می‌تواند نقش مؤثر داشته باشد.

استقرار استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار

برای هرگونه تحول سازمانی و بازاندیشی درباره روندهای موجود، فراهم کردن بسترهای سازمانی گام اول است؛ بدین منظور برای ارتقاء مسئولیت اجتماعی شرکتی سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار، اجتماعی کردن فرایند ارتقاء؛ یعنی جلب همکاری جدی منابع انسانی سازمان، ضرورتی قطعی است تا با اتکا به آن، بتوان نیروی جمعی برای تصحیح روندهایی که به اعتماد اجتماعی درون و برون سازمانی آسیب می‌زنند، شکل گیرد. راهبردهای تدوین شده برای استقرار استراتژی مسئولیت اجتماعی شرکتی به شرح زیر است:

۱. ساختار اجرایی مسئولیت اجتماعی شرکتی در منطقه آزاد تجاری - صنعتی چابهار
۲. توسعه توانمندی‌های شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمانی
۳. مشوق‌ها و ابزارهای سلبی
۴. اقدامات حقوقی و قانونی

ساختار اجرایی مسئولیت اجتماعی شرکتی در منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار

۱- شورای راهبری مسئولیت اجتماعی سازمان منطقه آزاد تجاری - صنعتی چابهار

اجرایی کردن رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در یک سازمان یا بنگاه اقتصادی منوط به شکل دادن نیروی جمعی و جهت‌دهی کل ساختار سازمانی و نیز برنامه‌های آن در مسیر اهداف، اصول و ارکان مسئولیت اجتماعی شرکتی است؛ از این رو به‌جای ایجاد یک دفتر تخصصی بخشی در سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار و یا محول کردن آن به یکی از معاونت‌های موجود، تشکیل یک شورای عالی با عنوان «شورای راهبری مسئولیت اجتماعی سازمان منطقه آزاد تجاری - صنعتی چابهار» پیشنهاد می‌شود که رئیس آن مدیرعامل و دبیرش معاون اجتماعی و فرهنگی سازمان است.

۲- صندوق توسعه اجتماعی چابهار

اصلی‌ترین هدف نظامنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار، تحقق توسعه پایدار اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی در حوزه نفوذ آن است که کاری بسیار فراتر از توان سازمان منطقه آزاد است. ضروری است که در کنار تشکیل شورای راهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان منطقه آزاد که نوعی ظرفیت‌سازی اداری برای این مهم است، یک نهادسازی اجتماعی به منظور جلب مشارکت اجتماعی برای توسعه جامعه محلی شکل گیرد که تشکیل صندوق توسعه‌ای تحت عنوان «صندوق توسعه اجتماعی چابهار» پیشنهاد می‌شود.

توسعه توانمندی‌های سازمان و نگاه‌های اقتصادی

۱- اجرای برنامه‌های ترویجی، اطلاع‌رسانی و آموزشی برای سازمان و شرکت‌های فعال در منطقه آزاد

۲- شناسایی و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی بنگاه‌های اقتصادی فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی و ارائه خدمات مشاوره در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمانی

مشوق‌ها در کنار ابزارهای سلبی

۱- ارائه تسهیلات تشویقی برای بنگاه‌های اقتصادی فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمانی از جمله استفاده از ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی

۲- اختصاص مشوق‌های اقتصادی از جمله اعطای تسهیلات در طرح‌های مشترک اجتماعی و کمک‌کننده به حفظ محیط‌زیست، اقتصاد شهری و کاهش اثرات سوء اجتماعی به بنگاه‌های اقتصادی فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی

اقدامات حقوقی و قانونی

۱- تدوین دستورالعمل‌ها و مقررات موضوعی حقوقی و قانونی

۲- تدوین نظامنامه مسئولیت اجتماعی

تجارب جهانی مسئولیت اجتماعی شرکتی

مقدمه

چه کسی از همه بخشنده‌تر است؟ بر اساس آمار موجود، بزرگ‌ترین مؤسسات خیریه جهان، نه در اختیار سازمان ملل متحد است، نه دولت‌ها و نه حتی نهادهای مردمی؛ بلکه متعلق به شرکت‌هایی بزرگ همانند گوگل، مایکروسافت و دیگر شرکت‌هایی از این دست هست که در کنار کسب درآمد، خود را در قبال جامعه و محیط پیرامونی مسئول می‌دانند و در تلاش برای خلق محیط و جامعه‌ای پایدار و توانمند هستند.

در فیزیک پدیده‌ای وجود دارد به نام «اثر پروانه‌ای» و تأکید بر این موضوع دارد که رویدادهای جهان بسیار بیش‌تر از آنچه در ظاهر تصور می‌شود با همدیگر در ارتباط هستند. همه‌چیز در این جهان به هم پیوسته است، از افتادن یک برگ از یک درخت تا بزرگ‌ترین وقایع طبیعت و ما نیز بدون آنکه متوجه باشیم، روی کل جهان تأثیر می‌گذاریم و از کل جهان هم تأثیر می‌پذیریم. مسئولیت اجتماعی شرکتی هم چیزی کمتر یا فراتر از این موضوع نیست که با پذیرش امر مسئولیت اجتماعی که امری اخلاقی است، شرکت‌ها تأثیر بسزایی در توسعه و توانمندسازی اجتماعی خواهند داشت و این فعالیت‌ها هرچند کوچک؛ اما اثرگذاری عمیق و ماندگاری در جامعه و محیط پیرامونی دارند و چه‌بسا خود شرکت نیز از حاصل این تغییرات سود خواهد برد. شرکت‌ها خود از جامعه‌ای شکل گرفته‌اند که در آن قرار دارند؛ از این رو ضرورت دارد برای پایداری و سودآور بودن، قوانین و عملکردشان با عرف جامعه مغایر نباشد. آن‌ها باید نقش، محدوده و هدفشان را در کنار درک کامل تأثیرات و مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی مرتبط کنند. باید باور داشت که موفقیت کسب‌وکار به پیشرفت جامعه و پایداری محیط پیرامونی متصل است و رابطه مستقیمی میانشان وجود دارد.

با درک این اهمیت در ادامه، شماری از شرکت‌هایی که در زمینه کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی شرکتی موفق عمل کرده‌اند و اقدامات‌شان، آموزه‌هایی برای یادگیری دارد، موردبررسی قرار می‌گیرند. در این میان، کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی شرکتی در چهار منطقه آزاد تجاری - صنعتی آسیایی (جبل علی، رأس‌الخیمه، ماسان و صحار)، یک کشور (هند) و یک شرکت داخلی (صنایع مس ایران) موردبررسی قرار گرفته است.

مناطق آزاد تجاری جبل علی در امارات متحده عربی

مناطق آزاد تجاری در امارات متحده عربی شامل زمین‌ها یا محیط‌های مشخص و مجزا با سازمان وارداتی، گمرکی و مالیاتی ویژه هستند که توسط چارچوب مقرراتی مختص خود (به‌استثنای قانون کیفری امارات متحده عربی) اداره می‌شوند. کشور امارات، مناطق آزاد متعددی در دبئی، ابوظبی، شارجه و سایر امارات هفت‌گانه خود تأسیس کرده است که در قالب یک دسته‌بندی می‌توان آن‌ها را به مناطق آزاد بندرگاهی، مناطق آزاد فرودگاهی و مناطق آزاد واقع در سرزمین اصلی (خشکی) تقسیم‌بندی کرد. این مناطق آزاد تجاری دارای ویژگی‌های زیر هستند:

- اعطای مالکیت ۱۰۰ درصد به شرکت‌ها و بنگاه‌های خارجی
- معافیت‌های مالیاتی کامل برای واردات و صادرات
- بازپرداخت سرمایه و سود کامل
- معافیت مالیاتی سازمانی برای ۵۰ سال
- معافیت مالیات بر درآمد شخصی
- معافیت کامل از هزینه‌های انتقال (سرمایه، درآمد و مانند آن)
- کمک در فرایندهای استخدام نیروی کار و کمک‌های مرتبط با خدمات مربوط به پشتیبانی نیروی کار (ضمانت و مسکن)

هریک از این مناطق آزاد پیرامون یک یا چند گروه کسب‌وکار صنعتی شکل گرفته‌اند و تنها اجازه فعالیت به شرکت‌هایی داده می‌شود که در قالب این گروه‌ها فعالیت می‌کنند. در هریک از این نواحی آزاد تجاری، هسته‌ای مستقل به نام سازمان منطقه آزاد اداره منطقه آزاد را به عهده دارد و مسئول اصلی ارائه مجوز فعالیت برای کسب‌وکارهای مختلف و نیز کمک به بنگاه‌ها و شرکت‌ها در زمینه تأسیس کسب‌وکارهای خود در منطقه آزاد است.

در حال حاضر، ۴۵ منطقه آزاد در کشور امارات متحده عربی وجود دارد که امارت دبئی با ۲۵ منطقه آزاد تجاری، بیش‌ترین تعداد این مناطق را به خود اختصاص داده است.

در ادامه به معرفی اجمالی و سپس، بررسی تفصیلی کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR) در دو منطقه آزاد جبل علی و رأس الخیمه پرداخته می‌شود.

منطقه آزاد تجاری جبل علی (JAFZA)

منطقه آزاد جبل علی دبی با مساحتی بیش از ۵۷ کیلومترمربع در سال ۱۹۸۵ در حد جنوب غربی شهر دبی، تأسیس شد. این منطقه آزاد، فعالیت خود را با تعداد اندکی واحد اداری و انبار آغاز کرد و در سال ۱۹۹۰ فعالیت‌های خود را با ایجاد تسهیلات صنعتی سبک، گسترش بخشید. هم‌اکنون، منطقه آزاد جبل علی یکی از شبکه‌های بزرگ کسب‌وکار در خاورمیانه است که بیش از ۳۲ درصد از مجموع سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی در کشور امارات و نیز ۲۱ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص داده است. این منطقه آزاد، نخستین منطقه در خاورمیانه و جهان است که در سال ۱۹۹۶ موفق به کسب نشان ISO شده است.

منطقه آزاد جبل علی تنها منطقه آزاد در جهان است که در میان یکی از بزرگ‌ترین فرودگاه‌ها و بندرهای جهان واقع شده است؛ بدین شکل که در یک‌طرف آن، بندر جبل علی، هفتمین بندر بزرگ حمل‌ونقل دریایی جهان و در سوی دیگر، فرودگاه بین‌المللی المکتوم، یکی از بزرگ‌ترین فرودگاه‌های باری جهان قرار دارد.

این منطقه آزاد، یکی از پیشران‌های اصلی و برجسته رشد اقتصادی دبی و امارات در طول سال‌ها بوده است به شکلی که محیطی جذاب را با ارائه پیشنهادها و مشوق‌های ویژه برای جذب بهترین کسب‌وکارها از سرتاسر جهان فراهم آورده است و با دربرداشتن بیش از ۷۳۰۰ کسب‌وکار بین‌المللی، منطقه آزاد جبل علی در سال ۲۰۱۷ تجارت غیرنفتی معادل با ۸۰٫۲ میلیارد دلار را به ثبت رسانده و فرصت اشتغال برای بیش از ۱۴۴۰۰۰ هزار نفر، فراهم آورده است.



تصویر ۱- موقعیت منطقه آزاد تجاری جبل علی در امارات متحده عربی
کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد جبل علی
(JAFZ)

چنانچه رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی را تعهد دائم و پیوسته یک سازمان یا بنگاه اقتصادی به منظور کنترل و مدیریت پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و محیطی زیستی اقدامات خود و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، تعریف کنیم، بررسی هر چند اجمالی در فعالیت‌های انجام شده در سازمان مناطق آزاد تجاری کشور امارات متحده عربی، حاکی از پیشتازی و توجه ویژه این سازمان‌ها به کاربرست نوآورانه این رهیافت دارد. برنامه‌های مدون اجرایی برای این تعهد در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی، اجرای برنامه‌های نوآورانه و نیز توجه به رعایت اصول و اهداف توسعه پایدار در اجرای فعالیت‌های اصلی سازمان، شاهدی بر این مدعاست.

در همین ارتباط و به منظور بررسی فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی در منطقه آزاد تجاری جبل علی به بخش مجزایی که در وبگاه این منطقه آزاد تجاری پیرامون مباحث پایداری و مسئولیت اجتماعی سازمانی آورده شده است و نیز گزارش‌هایی که در پایگاه‌های

خبری و مقالات مرتبط انتشار یافته است، مراجعه و نتایج حاصل در قالب سه بخش به شکل زیر تدوین شده است.

چشم‌انداز، اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد جبل علی

بر اساس رهنمودهای اشاره شده در برنامه مسئولیت اجتماعی سازمانی منطقه آزاد جبل علی، این اعتقاد وجود دارد که موفقیت نهایی سازمان به جای توجه صرف به عملکردهای مالی بر ایفای نقش کارآمد این سازمان در گرو توسعه اجتماعی است که این منطقه آزاد، بخشی از آن است. این دیدگاه، پایداری را به عنوان کلیدی برای آینده‌ای موفقیت‌آمیز در نظر می‌آورد و مشارکت مؤثر همه ذی‌نفعان را امری حیاتی می‌داند؛ از این رو این سازمان با فعالیتهای خود در صدد است تا مشارکت اجتماعات و کارمندان خود را در راستای تحقق توسعه پایدار، برانگیزاند. با بررسی برنامه‌ها و فعالیتهای این سازمان و نیز ارزش‌های مطرح شده توسط آن، می‌توان اهداف زیر را برای برنامه مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد جبل علی، شناسایی کرد:

- استقبال از تنوع و تشویق رشد از طریق به کارگیری بهترین استعدادهای موجود در امارات
- مشارکت با نوآوران و کارآفرینان در زمینه کسب و کار، آموزش و محیط زیست
- اولویت دادن نیازهای ذی‌نفعان (کارفرمایان، کارمندان و شهروندان) بر فعالیتهای اقتصادی صرف

ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد تجاری جبل علی

بررسی گزارش‌های سالانه ارائه شده از سوی سازمان منطقه آزاد تجاری جبل علی نشان می‌دهد که فعالیتهای انجام شده در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمانی در این سازمان، حول ۴ رکن محیط کار، بازار، محیط زیست و اجتماع، سازمان‌دهی و برنامه‌ریزی شده است. در ادامه هر کدام از این ارکان به اجمال معرفی می‌شوند:

- **محیط کار:** مبتنی بر این رکن در این منطقه آزاد، ایجاد محیطی که رضایت کارمندان را به همراه داشته باشد در اولویت قرار می‌گیرد. در این صورت است که ارزش ایجادشده به رضایت مشتریان و وفاداری کارمندان می‌انجامد و عملکرد کلی سازمانی افزایش می‌یابد. در همین ارتباط، تعدادی برنامه و خطوط راهنما تدوین شده است که تضمین‌کننده مقاصد کلیدی شامل: تأمین فرصت‌های برابر، آموزش و توسعه، پاداش‌ها و منفعت‌ها و خدمات تخصصی هستند که به شکلی مؤثر بر رفاه اجتماعی کارمندان اثر می‌گذارند.

- **بازار:** یکی از مقاصد اصلی رهیافت مسئولیت اجتماعی در منطقه آزاد جبل علی، دربرگیری تمامی ذی‌نفعان است که به واسطه آن، اثر برنامه‌های انجام شده در منطقه آزاد بیش‌تر شده است و درعین‌حال، احساس تعلق به اجتماع و تعهد در میان تمامی ذی‌نفعان، برانگیخته می‌شود که نتیجه آن، تسهیل فعالیت‌های انجام‌شده به‌وسیله ذی‌نفعان مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی است که درنهایت، منفعت‌های حاصل‌شده برای اجتماعات را چندین برابر می‌کند. برای تشویق مشارکت ذی‌نفعان، سمینارهای و کارگاه‌هایی برگزار می‌شود تا مشتریان و شرکای کسب‌وکار منطقه آزاد در آن شرکت کنند و در قالب آن به یادگیری و اشتراک تجربیات خود بپردازند و کاربست‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی را در فعالیت‌های کسب‌وکاری خود نهادینه کنند.

- **محیط زیست:** تعهد برای مراقبت از محیط‌زیست و ارتقای کاربست‌های دوستدار محیط‌زیست در تمامی فعالیت‌های منطقه آزاد وجود دارد. سیاست‌های محیط‌زیستی جنبه‌های متنوعی (به‌مانند کارایی انرژی، انرژی‌های تجدیدپذیر، استانداردهای ساخت‌وساز سبز و نیز کاشت گیاهان) را در برمی‌گیرد.

- **اجتماع:** یکی از ابعاد کلیدی مرتبط با مسئولیت اجتماعی در منطقه آزاد تجاری جبل علی، اقدام برای افزودن ارزش و کمک مؤثر به سلامت جامعه (به‌مثابه یک کلیت) است. منطقه آزاد چه در مقیاس محلی و چه در مقیاس بین‌المللی به

سرمایه‌گذاری در تمامی جنبه‌هایی که با معیارهای مشخص منطقه آزاد همخوانی داشته و نتایج و تأثیرات ارزنده‌ای را به همراه دارند، اقدام می‌کند. این سرمایه‌گذاری‌ها شامل کمک‌های بلاعوض، ضمانت‌ها و ایجاد رویدادهای اجتماعی است؛ همچنین منطقه آزاد از سازمان‌ها و اشخاصی که تغییرات مؤثر و مفیدی را ایجاد می‌کنند، حمایت و پشتیبانی می‌کند. این اقدامات شامل برگزاری مراسم افطاری در ماه رمضان با مشارکت مشتریان منطقه آزاد جبل علی در طول ماه مبارک رمضان، مشارکت در رویدادهای ورزشی مانند ماراتون دبی و نیز پشتیبانی از دولت امارات متحده عربی با فعالیت‌های جشن روز ملی است.

اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی

منطقه آزاد جبل علی تاکنون فعالیت‌های متنوعی را در ارتباط با تحقق مسئولیت اجتماعی خود و نیز تحقق توسعه پایداری در تمامی ابعاد آن انجام داده است. گزیده‌ای از این فعالیت‌ها به شرح زیر است:

- **سازمان‌دهی برنامه کارورزی طموهی.** هدف از اجرای این برنامه که در نوع خود بی‌بدیل است، کمک به جوانان اماراتی برای دستیابی به آینده دلخواه و متناسب با انتظاراتشان است. منطبق بر این برنامه که با همکاری دانشگاه‌ها، وزارتخانه‌ها و شرکت‌های چندملیتی واقع در منطقه آزاد صورت می‌گیرد، این فرصت برای جوانان اماراتی فراهم می‌شود تا با ارتقای استعدادهای خود برای ورود به بازار کار در آینده آماده شوند.
- مشارکت در رویداد سالانه **روز بدون خودرو** که با مشارکت این سازمان و شهرداری دبی برگزار شده است. در قالب این رویداد نمادین، بیش از ۳۰۰۰ نفر از کارمندان منطقه آزاد از حمل‌ونقل عمومی دوستدار محیط‌زیست برای سفر به محل کار استفاده کردند.
- مشارکت در رویداد ورزشی **ماراتون دبی** در سال ۲۰۱۷

- پیشنهاد و برگزاری برنامه **ساخت یک مدرسه** در نپال. در قالب این برنامه، این فرصت داوطلبانه برای کارمندان منطقه آزاد فراهم آمد تا به نپال سفر کرده و در ساخت مدارس در این کشور که به تازگی دچار سانحه طبیعی شده بود، مشارکت کنند.
- برگزاری برنامه‌های متنوع **آموزشی و تفریحی** در بیش از ۲۵ پرورشگاه در دبی
- **اقدامات نوآورانه در بهره‌گیری از انرژی‌های پایدار**، مانند نصب ۸۸۰۰۰ پنل خورشیدی بر روی سقف ساختمان‌ها، پارکینگ‌ها و انبارها در منطقه آزاد



تصویر ۲- نمونه‌ای از اقدامات انجام شده در منطقه آزاد جبل علی در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی

منطقه آزاد تجاری رأس الخیمه امارات متحده عربی

منطقه آزاد رأس الخیمه (RAKFTZ)

منطقه آزاد رأس الخیمه در سال ۲۰۰۰ تأسیس شده است و از این نظر، جزو مناطق آزاد تازه تأسیس در امارات متحده عربی است. این منطقه آزاد که در فاصله‌ای حدوداً یک‌ساعته از دبی واقع شده است، باعث جذب سرمایه از بیش از ۸۰۰۰ شرکت و بنگاه از بیش از ۱۰۰ کشور بوده است که در ۵۰ بخش صنعتی فعالیت می‌کنند. مهم‌ترین ویژگی‌هایی که این منطقه آزاد را به محیطی جذاب برای سرمایه‌گذاری تبدیل کرده است، عبارت‌اند از:

- محیطی با معافیت مالیاتی کامل
- اعطای مالکیت ۱۰۰ درصد به شرکت‌ها و بنگاه‌های خارجی
- ارائه تسهیلات متنوع متناسب با نیازهای هر کسب و کار
- سیستم و فرایند منعطف استخدام کارمندان
- سرعت و سهولت در ثبت شرکت.

منطقه آزاد رأس الخیمه از ۴ مجموعه جداگانه تشکیل شده است که ویژگی‌های هر کدام از مجموعه‌ها به شکل زیر است:

جدول ۲- مجموعه‌های چهارگانه موجود در منطقه آزاد رأس الخیمه

ویژگی‌ها	مجموعه
- مجموعه‌ای برای استقرار دفاتر اداری - واقع شده در قلب بخش تجاری (مرکزی) شهر	مجموعه کسب و کار (تجاری)
- مجموعه‌ای ۱۲۸ هکتاری برای استقرار صنایع سنگین - واقع شده در ۱۸ کیلومتری شمال شهر رأس الخیمه	مجموعه صنعتی
- مجموعه‌ای ۱۰۰ هکتاری برای تجارت و استقرار صنایع سبک - واقع شده در جنوب شهر رأس الخیمه	مجموعه فناوری
- مجموعه‌ای برای استقرار مراکز پژوهشی و مؤسسات آموزشی	مجموعه علمی و پژوهشی



تصویر ۳- موقعیت منطقه آزاد تجاری رأس الخیمه در امارات متحده عربی

کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد رأس الخیمه (RAKFTZ)

بر اساس برنامه تدوین شده مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد تجاری رأس الخیمه، این سازمان معتقد است، نقش سازمان‌های اصلی در قبال اجتماعی که در آن فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از صرف کمک به رشد اقتصادی است. منطقه آزاد رأس الخیمه تعهدی دائمی به ایفای مسئولیت اجتماعی سازمانی خود از طریق ارتقای پشتیبانی، سازمان‌دهی و مشارکت در فعالیت‌هایی دارد که باعث بهبود روحیه اجتماع شده و به ایجاد سبک زندگی متعادل کمک می‌کند و به حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی کشور امارات یاری می‌رساند. همین تعهد باعث شده است تا این منطقه آزاد در ژانویه سال ۲۰۱۴، برنده جایزه ویژه EPDA برای فعالیت‌ها و کاربست‌های دوستدار محیط‌زیستی شود. در ادامه، به تفصیل به بررسی برنامه و کاربست عملی رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی در این منطقه آزاد پرداخته می‌شود.

اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد رأس الخیمه

با بررسی برنامه تدوین شده این سازمان به منظور سازمان‌دهی فعالیت‌های خود در زمینه مسئولیت اجتماعی، می‌توان اهداف زیر را تبیین کرد:

- **خدمت‌گذاری به اجتماعات محلی:** منطبق با این هدف، این تعهد برای منطقه آزاد تجاری رأس‌الخیمه ایجاد می‌شود که به ارتقای سطح زندگی اجتماعی که در نزدیکی آن ساکن است، کمک کند. این هدف از طریق کمک و شراکت با سازمان‌های غیرانتفاعی تحقق بخشیده می‌شود.
- **کمک به رشد آموزش و تحصیلات:** از طریق این هدف، منطقه آزاد رأس‌الخیمه به دنبال همکاری نزدیک با سازمان‌ها و بنیادهایی است که اهداف آموزشی را پیش می‌برند. حمایت از مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و نیز تشویق و حمایت از دانش‌آموزان با استعداد برای ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر از اهداف برنامه‌های مسئولیت اجتماعی این منطقه آزاد است. همچنین این سازمان به دنبال فراهم آوردن برنامه‌های آموزشی درون خود سازمان برای دانش‌آموزانی است که می‌خواهند تجربه کسب کرده و حرفه دلخواه خود را دنبال کنند.
- **مراقبت از محیط‌زیست:** مبتنی بر این هدف، منطقه آزاد متعهد به همکاری با سازمان‌ها، شرکا، تأمین‌کنندگان و سیاست‌سازان برای یافتن راه‌حل‌های نوآورانه برای مراقبت از محیط‌زیست از طریق کاهش ضایعات، ذخیره آب و انرژی، پشتیبانی از سیاست‌های نوآورانه پیرامون بازیافت و تشویق شرکت‌های درون منطقه آزاد برای استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر می‌شود.
- **بهداشت و سلامت کارمندان:** مبتنی بر این هدف، منطقه آزاد تجاری رأس‌الخیمه موظف به ارتقای بهداشت و سلامت کارمندان می‌شود. در همین ارتباط، برنامه سبک زندگی کارمندان سالم (HELP) که دپارتمان منابع انسانی آن را تنظیم کرده است، پیگیری می‌شود که در قالب آن، کارمندان به ابزارها و منابع متنوعی تجهیز می‌شوند که آن‌ها را برای زندگی سالم در طول روز، یاری می‌کند.

از کان مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد تجاری رأس الخیمه

منطقه آزاد رأس الخیمه، جذب کسب و کارهای نوآورانه، پیشرفته، دانش بنیان و ارزش افزا که در رأس الخیمه واقع شده‌اند را به عنوان مأموریت اجتماعی-محیط زیستی خود برگزیده است تا از این طریق به شرکت‌های اماراتی کمک کند تا فعالیت‌های خود را از طریق شبکه اداری جهانی این منطقه آزاد به استانداردهای بین‌المللی برسانند. ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی این منطقه آزاد براساس ۴ رکن مسئولیت اجتماعی، اولویت دادن به مشتریان، توسعه نیروی کار و تعهد به نوآوری، سازمان‌دهی شده‌اند:

- **مسئولیت اجتماعی:** همکاری نزدیک و رودررو با سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات به اجتماعات محلی، نهادهای خیره بین‌المللی، ارائه مقررات فعال در زمینه حفاظت و مراقبت از محیط طبیعی
- **اولویت دادن به مشتریان:** ارائه راه‌های کسب و کار بهتر، پشتیبانی زیرساختی، نوآوری‌های فنی و کمک‌های عمومی به استفاده‌کنندگان به عنوان ذی‌نفعان اصلی از طریق رهیافت اولویت‌بخشی به مشتریان
- **توسعه نیروی کار:** اتخاذ رهیافت فعالانه در زمینه توسعه و نگهداری از اشخاص و گروه‌های با استعداد از طریق برنامه‌های آموزشی جامع، سیستم‌های پاداش مؤثر، نوآوری‌های متمرکز آموزشی و برنامه‌ریزی پیشرفت
- **تعهد و نوآوری:** فراهم‌سازی امکانات برای بروز نوآوری در کسب و کارهای موجود.

حوزه‌های تمرکز و اقدامات انجام شده در هر حوزه

اقدامات انجام شده پیرامون تعهد این منطقه آزاد به مسئولیت اجتماعی خود، حاکی از آن است که این اقدامات پیرامون دو حوزه کلان کسب و کار و محیط‌زیست سازمان‌دهی شده‌اند که هر کدام از این حوزه‌ها شامل مجموعه‌ای از اقدامات در ابعاد مختلف هستند. در زیر، به صورت اجمالی به معرفی هریک از این حوزه‌ها پرداخته می‌شود:

الف حوزه کسب و کار: منطقه آزاد متعهد می شود تا به تولید فرصت های شغلی جدید، رشد اقتصادی و درعین حال، حفاظت و مراقبت از محیط زیست پردازد:

- **استانداردهای قانونی و عرفی:** سازمان منطقه آزاد به صورت سه ماه یکبار و سالانه، گزارش مالی خود را منتشر کرده که به شکلی شفاف در اختیار تمامی ذی نفعان قرار می گیرد؛ همچنین، سیستم پایش قدرتمندی وجود دارد که در دوره های مشخص به پایش فعالیت شرکت ها و صنایع واقع شده در محدوده می پردازد. این کار تضمین کننده پیروی آن ها از استانداردهای قانونی و بین المللی است.

- **توسعه نیروی کار:** در قالب این بعد، برنامه هایی سازمان دهی می شود که هدفشان جذب، استخدام و توسعه نسل آینده از استعداد های جوان اماراتی است. این بعد در قالب طرح ها و برنامه های زیر صورت می گیرد:

○ برنامه های اشتغال برای فارغ التحصیلان

○ برنامه های کارورزی

○ فرصت های شغلی تابستانی

ب محیط زیست: حفاظت از محیط زیست اقدامی ضروری برای تضمین سلامت سازمان و اجتماعی است که درون آن فعالیت می کند. اقدامات انجام شده در این حوزه در منطقه آزاد تجاری رأس الخیمه شامل موارد زیر است:

- برنامه محیط زیست، امنیت و سلامت که از سال ۲۰۰۸ در تمامی فعالیت های صنعتی و نیز مرتبط با کسب کار در منطقه آزاد رعایت شده است.

- برنامه های مدیریت آب و پسماند که شامل دستورالعمل هایی است که در تمامی منطقه آزاد لازم الاجراست.

- بهداشت و سلامت کارکنان: این سلسله اقدامات به منظور ارج نهادن به سلامت جسمی و روانی کارمندان و تیم های مشغول در منطقه آزاد انجام می شود. اصلی ترین برنامه در این زمینه، برنامه سبک زندگی کارمند سالم (HELP) است.

اقدامات انجام شده سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی

منطقه آزاد تجاری رأس‌الخیمه تاکنون فعالیت‌ها و رویدادهای متنوع و نوآورانه‌ای را در راستای تحقق ابعاد مختلف برنامه مسئولیت اجتماعی خود سازمان‌دهی کرده است. گزیده‌ای از این اقدامات شامل موارد زیر است:

- راه‌اندازی و اداره **کمپین پاک‌سازی امارات** از سال ۲۰۰۴ با مشارکت گروه محیط‌زیست امارات (EEG) و تلاش برای تبدیل آن به عنوان رویداد سالانه دائمی
- پیاده‌سازی **برنامه جامع سلامت، محیط‌زیست و ایمنی (EHS)** که به منظور تضمین سلامت و ایمنی کارمندان منطبق با رهنمودهای ISO 14001 و قانون پایش مراقبت محیط‌زیستی فدرال (شماره ۲۴، ۱۹۹۹)، انجام می‌گیرد.
- پیاده‌سازی **سیستم یکپارچه** بازیافت در سال ۲۰۰۹ که به واسطه آن، ایستگاه‌های بازیافت متعددی در سرتاسر منطقه آزاد نصب شد
- برگزاری **سلسله سمینار عملکرد محیط‌زیستی (EPC)** برای مشتریان مجموعه صنعتی با مشارکت وزارت آب و محیط‌زیست امارات
- پیاده‌سازی **سیستم خدمات ضروری محیط‌زیستی (EHS)** به منظور پایش اثرات محیط‌زیستی تمامی شرکت‌های موجود در منطقه آزاد رأس‌الخیمه
- برگزاری **برنامه سبک زندگی کارمند سالم (HELP)** از اوایل سال ۲۰۱۲ به منظور ارائه پیشنهادهای کاربردی و کمک به بیش از ۳۵۰ نفر از کارمندان برای انتخاب سبک زندگی سالم‌تر

منطقه آزاد صحار در عمان (SOHAR)

توسعه مناطق آزاد تجاری در سرتاسر عمان، اصلی‌ترین راهبرد برنامه این کشور به‌منظور تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی مبتنی بر بخش نفتی موجود از طریق ارتقای صنایع صادرات محور واجد ارزش افزوده بوده است. مناطق آزاد تجاری از طریق فراهم آوردن تأسیسات (برای نمونه بندرگاه‌ها و راه‌ها) و چارچوب قوانین و مقررات و مشوق‌های مالیاتی (معافیت از مالیات گمرکی و مالیات بر درآمد) که جاذب شرکت‌های خارجی و داخلی با فناوری بالا هستند، به‌مثابه عامل تسریع این رشد عمل می‌کنند. هدف دولت عمان از ایجاد مناطق آزاد تجاری، ایجاد محیط‌های مطلوب از نظر اقتصادی به‌منظور جذب و متمرکز کردن شرکت‌ها در یک محیط جذاب از نظر اقتصادی و نیز تحریک بخش خصوصی برای کمک به توسعه اجتماعی و اقتصادی کشور است.

در حال حاضر، سه منطقه آزاد تجاری در عمان وجود دارند: **منطقه آزاد تجاری صلاله**، **منطقه آزاد تجاری صحار** و **منطقه آزاد تجاری المزیونه**. دو منطقه آزاد تجاری بزرگ صلاله و صحار از عناصر اصلی اقتصاد عمان هستند و منطقه آزاد تجاری المزیونه نیز با وجود کوچک‌تر و کمتر مطرح بودن، به دلیل دارا بودن موقعیتی استراتژیک (مرزی عمان با یمن) از اهمیتی ویژه برخوردار است. مزیت اصلی مناطق آزاد کشور عمان، موقعیت قرارگیری استراتژیک آن‌هاست. علاوه بر این، موقعیت ویژه استراتژیک، مشوق‌های متنوعی نیز در هریک از این مناطق آزاد برای ایجاد محیطی جذاب برای سرمایه‌گذاری خارجی ارائه می‌شود که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از:

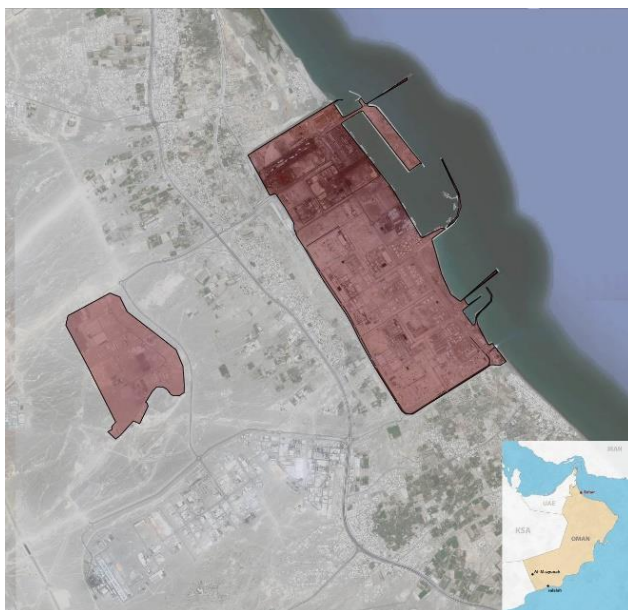
- اعطای مالکیت ۱۰۰ درصدی به شرکت‌ها و بنگاه‌های خارجی
- معافیت عوارض گمرکی بر صادرات و واردات
- معافیت مالیات بر سود سهام برای مدت ۳۰ سال
- نبود هیچ‌گونه محدودیت برای انتقال سرمایه و سرمایه‌گذاری
- امکان سرمایه‌گذاری بدون تعیین حداقل آن برای شروع کار
- معافیت از مالیات بر درآمد شخصی

بندر و منطقه آزاد صحار (SOFTZ)

بندر و منطقه آزاد تجاری صحار متشکل از مجموعه بندر اقیانوسی و محدوده مشخص منطقه آزاد تجاری نزدیک آن است که در صحار عمان، در میانه جاده دبی به مسقط واقع شده است. بندرگاه صحار نخست در سال ۲۰۰۲ تأسیس شد و اراضی منطقه آزاد، ۱۰ سال پس از آن (سال ۲۰۱۰) به مجموعه اضافه شد. بندر و منطقه آزاد صحار طی یک قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک (۵۰:۵۰) بین بندر نتردام هلند و دولت عمان تأسیس شده و شرکت صنعتی صحار آن را مدیریت می‌کند.

منطقه آزاد صحار در شمال کشور عمان و در زمینی به مساحت ۴۵۰۰ هکتار و در نزدیکی بندر صحار واقع شده است. فاز نخست این منطقه آزاد تجاری در محدوده‌ای به مساحت ۵۰۰ هکتار و در قالب بخشی از برنامه جامع ۴۵۰۰ هکتاری این منطقه آغاز به کار کرد. موقعیت ویژه این منطقه آزاد باعث شده است تا از مزیت‌های درخوری در زمینه دسترسی به بازار گسترده و امکان توزیع با سهولت در مقیاس جهانی برخوردار شود.

این منطقه آزاد با رشد روزافزون سرمایه‌گذاری خارجی از جمله مناطق آزادی است که از سرعت رشد بالایی برخوردار بوده است. منطقه آزاد تجاری صحار هم‌اکنون مکان تجمع خوشه‌های تهیه و توزیع، پتروشیمی، فلزات و غذاست که هر کدام از این خوشه‌ها، تغذیه‌کننده صنایع پایین‌دستی با مواد اولیه‌ای مانند فولاد، پلاستیک، لاستیک، سرامیک و مواد شیمیایی هستند.



تصویر ۴- موقعیت بندر و منطقه آزاد تجاری صحرار در عمان

کاربست مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد صحرار (SOHAR FTZ)

منطقه آزاد صحرار در عمان نیز مانند مناطق آزاد جبل علی و رأس الخیمه در امارات متحده عربی، دارای برنامه مدون و مشخصی در زمینه پایداری فعالیت‌ها و تحقق تعهد خود در حوزه مسئولیت اجتماعی سازمانی است که این برنامه در وبگاه و نیز گزارش‌های سالانه این منطقه آزاد، قابل دسترسی است. در ادامه به بررسی دقیق‌تر کاربرت رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی در این منطقه آزاد پرداخته می‌شود.

اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد صحار

منطبق بر اطلاعات موجود در برنامه سازمان بندر و منطقه آزاد صحار برای تحقق مسئولیت اجتماعی سازمانی، این سازمان مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان ابزاری کلیدی برای دستیابی به آینده‌ای موفقیت‌آمیز می‌داند؛ همچنین مسئولیت اجتماعی برای این سازمان به‌مثابه وظیفه‌ای حیاتی است که به دلیل تعهدی که این سازمان در راستای ایفای نقش در زمینه تحقق توسعه در کشور عمان (در تمامی ابعاد) برای خود می‌بیند، خود را موظف به پایبندی به آن می‌داند.

بر طبق این برنامه، سازمان بندر و منطقه آزاد صحار در سایه مشارکت با صنایع فعال در این منطقه و نیز اجتماعات و سازمان‌هایی که در همسایگی آن و در مقیاسی کلان‌تر در منطقه وجود دارند، در حال توسعه و تبدیل به یک بندر در سطح جهانی و یک ناحیه صنعتی یکپارچه است. این منطقه، نقشی ویژه در تحریک رشد صنعتی در منطقه و کشور عمان بر عهده دارد؛ از این رو، هدف مسئولیت اجتماعی سازمانی، پایش این توسعه به‌نوعی است که پایدار و متعادل بوده و منفعتی بلندمدت برای اجتماعات محلی و در مقیاس بالاتر، کشور فراهم آورد.

در همین باره، می‌توان اهداف زیر را برای برنامه مسئولیت اجتماعی سازمانی در بندر و منطقه آزاد تجاری صحار در نظر گرفت:

- فعالیت به‌عنوان بندر اصلی و ارزشمند در منطقه از طریق ارتقای کارایی و امنیت ترافیک دریایی
- توسعه، ساخت، مدیریت و فعالیت بندر و ناحیه صنعتی منطقه صحار به شکلی پایدار در معنای فراگیر کلمه از طریق:
 - مراقبت از محیط‌زیست
 - سودرسانی به اجتماعات محلی
 - مراقبت از کیفیت زندگی در این اجتماعات در آینده
- توجه به مراقبت از منافع آینده اجتماعات مانند سلامتی، ارزش‌های اجتماعات و محیط‌زیست.

ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در بندر و منطقه آزاد تجاری صحار

به طور کلی، تلاش‌های انجام شده پیرامون مسئولیت اجتماعی سازمانی در این بندر و منطقه آزاد تجاری بر سه رکن **پایداری، تعهد و شفافیت** استوار است. در ادامه به اجمال این سه رکن معرفی می‌شوند:

- **پایداری:** پایداری در فعالیت‌های این منطقه آزاد به عنوان ارزشی کلیدی که محرک توسعه بندر و منطقه آزاد است در نظر آورده می‌شود. این بدین معناست که ایجاد تعادل میان ملزومات اقتصادی، انسانی و محیط‌زیستی، از اهمیتی ویژه برخوردار است؛ افزون بر این رکن ناظر بر پیاده‌سازی یک برنامه فعال بلندمدت برای ارتقای کیفیت بندر و منطقه آزاد تجاری صحار برای محیط‌زیست و نیز برای کسانی است که در آن کار می‌کنند و یا در اطراف آن زندگی می‌کنند؛ همچنین این منطقه آزاد، شرکت‌های موجود در این نواحی را به منظور به کارگیری فناوری‌های پاک و نیز اصول توسعه پایدار، تشویق کرده و آن‌ها را به چالش می‌کشانند.
- **تعهد:** مبتنی بر این رکن، بندر و منطقه آزاد تجاری صحار خود را بخشی از اجتماعی که در آن فعالیت می‌کند، می‌بیند و به دنبال این است که به عنوان بخشی از این اجتماع در نظر آورده شود. این تعهد که به نوعی تضمین‌کننده موفقیت‌های آتی سازمان نیز هست، بندر و منطقه آزاد تجاری صحار را موظف می‌کند تا از کسب و کارهای محلی، آموزش، ورزش و فرهنگ پشتیبانی کرده و در حفاظت از میراث فرهنگی بکوشد.
- **شفافیت:** براساس این حکم، بندر و منطقه آزاد تجاری صحار خود را موظف می‌داند تا تلاش‌های انجام شده در زمینه کسب و کارهای پایدار و مسئولیت اجتماعی سازمانی را به شکلی شفاف منتشر کند. این عمل از دو طریق زیر محقق می‌شود:
 - انتشار اخبار مربوطه در وبگاه سازمان در بخش خبرها
 - تعامل مستقیم با گروه‌های اجتماعی، مراکز آموزش و پرورش و سایر سازمان‌ها و نهادهای محلی.

حوزه‌های تمرکز و اقدامات انجام شده در هر حوزه

اصلی‌ترین حوزه‌های تمرکز و اقدامات صورت گرفته در هریک از این حوزه‌ها در بندر و منطقه آزاد تجاری صحار، شامل موارد زیر هستند:

- **آموزش:** سازمان بندر و منطقه آزاد تجاری صحار از فعالیت‌های آموزشی و فنی و حرفه‌ای از طریق ارائه کمک‌هزینه‌های تحصیلی، برنامه‌های توسعه دانش‌آموزان و برنامه‌های سلامت و ورزش برای مدارس حمایت می‌کند.
- **کارآفرینی:** یکی از اصلی‌ترین منافع رشد صنعتی، ایجاد فرصت‌های اشتغال است. علاوه بر این، بندر و منطقه آزاد تجاری صحار، خود را متعهد به ارتقا و حمایت از ایجاد اشتغال و برنامه‌های کارآموزی جوانان و نیز پتانسیل‌های خوداشتغالی می‌داند.
- **بهداشت، ایمنی، امنیت و محیط‌زیست:** سازمان بندر و منطقه آزاد تجاری صحار، خود را متعهد می‌داند محیطی را ایجاد کند که برای کارمندان، کارکنان صنایع، مراجعه‌کنندگان و اجتماعات اطراف آن، سالم و امن باشد؛ همچنین در این سازمان از هرگونه نوآوری و برنامه‌ای که به توسعه بهداشت، ایمنی، امنیت و محیط‌زیست کمک می‌کند، حمایت می‌شود.
- **مشارکت ذی‌نفعان:** سازمان بندر و منطقه آزاد تجاری صحار تأکید بر ارتباط و تعامل نزدیک با ذی‌نفعان دارد. از این طریق، آن‌ها به دنبال توسعه درک مشترک از منافع مشترک و تغییراتی هستند که توسعه به همراه می‌آورد. فعالیت‌های این بخش از راه‌های مختلفی مانند پایگاه‌های خبررسانی، بازدید از مدارس و فعالیت‌های اجتماعی و ورزشی مشترک انجام می‌شود.

اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف مسئولیت اجتماعی

بندر و منطقه آزاد تجاری صحار تاکنون به شیوه‌های متعدد و نوآورانه‌ای اقدام به پیاده‌سازی سیاست‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی کرده است که مهم‌ترین آن‌ها شامل موارد زیر هستند:

- **دوره آموزش تابستانی** در سال ۲۰۱۷ که ۳۵۰ دانش‌آموز از مدارس محلی در آن شرکت کردند. هدف این دوره، ایجاد کارگاه‌هایی با تمرکز بر توسعه مهارت فناوری اطلاعات، آموزش زبان انگلیسی و توسعه مهارت‌های فردی بود.
- **حمایت مالی از جشن قدردانی از دانش‌آموزان** شهرهای صحار و لیوا
- **تأسیس دانشکده بین‌المللی علوم دریایی** با همکاری وزارت حمل‌ونقل و ارتباطات و ارائه گواهی‌های معتبر بین‌المللی
- **برگزاری کارگاه حرفه بانوان: قدم برداشتن با یکدیگر:** با همکاری سفارت هلند
- **کمک به گروهی از بانوان کارآفرین** برای شرکت در **انجمن کارآفرینی بانوان شورای همکاری‌های خلیج** در سال ۲۰۱۷
- **برگزاری و حمایت مالی و معنوی از همایش‌ها و فعالیت‌های مرتبط با بهداشت، ایمنی، امنیت و محیط‌زیست** مانند:
 - دشمین کنفرانس علوم سم‌شناسی خاورمیانه و شمال آفریقا
 - شرکت در رویداد **هفته ترافیک** شورای همکاری‌های خلیج در سال ۲۰۱۷
 - برگزاری دوره‌های آموزشی کمک‌های اولیه
 - حمایت از برگزاری **برنامه مدارس سبز** در مدرسه امیر بنت قیاس در شهر لیوا با همکاری وزارت آموزش و پرورش، دفتر یونسکو در دوحه، دانشگاه سلطان قابوس و برخی از سازمان‌های مردم‌نهاد
- همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد بومی و بین‌المللی در حمایت از **برنامه‌های خیریه و رویدادها**

منطقه آزاد تجاری ماسان کره جنوبی (MTZ)

مناطق آزاد تجاری کره جنوبی

در سال ۱۹۷۰، دولت کره جنوبی با معرفی منطقه آزاد تجاری ماسان، تلاش‌های خود را به منظور جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی آغاز کرد. از آن زمان به بعد، دولت کره جنوبی به دنبال رشد اقتصادی و تجمع سرمایه و فناوری، تعداد زیادی منطقه آزاد تجاری تأسیس کرد. دولت کره جنوبی در ابتدا به ایجاد دو نمونه منطقه آزاد تجاری (یکی با محوریت صنعت و دیگری با محوریت تهیه و توزیع) پرداخت؛ اما در سال ۲۰۰۴ پس از بازبینی‌های رسمی، تصمیم بر ادغام آن‌ها با عنوان مناطق آزاد تجاری گرفت. با این حال، در حال حاضر این کشور دارای ۱۰ منطقه آزاد تجاری است که در این بین، ۶ منطقه آزاد تجاری با محوریت صنعت و مجموعه‌های صنعتی (زیر نظر وزارت اقتصاد دانش‌بنیان) و ۴ منطقه آزاد دیگر با محوریت تهیه و توزیع، شامل بندر و فرودگاه (زیر نظر وزارت زمین و شیلات) هستند.

منطقه آزاد تجاری ماسان (Masan)

منطقه آزاد تجاری ماسان در ژانویه سال ۱۹۷۰ به عنوان اولین مجموعه صنعتی ویژه خارجی‌ها در کره تأسیس شد. هدف از تأسیس این منطقه آزاد، ارتقای اقتصاد ملی و منطقه‌ای از طریق جذب سرمایه‌های خارجی، تحریک صادرات، ایجاد اشتغال و ارائه پیشرفت‌های فناورانه بوده است. منطقه آزاد تجاری ماسان به عنوان منطقه آزاد صادراتی بر پایه صنایع پردازشی و ساخت از سال ۱۹۷۰ تا سال ۲۰۰۰ شناخته می‌شد، با این وجود در ۲۰۰۰/۱۳/۰۷، این منطقه به عنوان منطقه آزاد تجاری جامع، سازمان‌دهی مجدد شد تا از کسب و کارهای مشتریان از طریق مشوق‌های مالیاتی به شکلی مؤثرتر و جذاب‌تر، حمایت کند.

این منطقه آزاد که محدوده‌ای به مساحت ۹۵۰۰۰۰ مترمربع را شامل می‌شود به سه بخش مجزا تقسیم شده است که همگی در نزدیکی بندر ماسان (واقع شده در خلیج ماسان) در جنوبی‌ترین قسمت شبه جزیره کره واقع شده‌اند. بیش از ۸۰ شرکت در این منطقه آزاد تجاری تأسیس شده‌اند که شامل طیف متنوعی از مالکیت‌ها (مالکیت ۱۰۰ درصد خارجی، مالکیت مشترک داخلی و خارجی و مالکیت ۱۰۰ داخلی) می‌شود. ۹۸ درصد از کل تولیدات انجام شده

در این منطقه، مختص صادرات است. اداره این منطقه آزاد بر عهده سازمان مدیریت منطقه آزاد تجاری ماسان بوده که تحت نظر وزارت اقتصاد دانش بنیان کره جنوبی قرار دارد.



تصویر ۵- موقعیت منطقه آزاد تجاری ماسان در کره جنوبی

کاربست مسئولیت اجتماعی سازمانی در منطقه آزاد ماسان کره جنوبی (MFTZ)

منطقه آزاد ماسان در کره جنوبی با وجود اینکه در مقایسه با سایر مناطق آزاد بررسی شده در این گزارش، سابقه به مراتب بیش تری دارد؛ اما در تدوین و ارائه برنامه‌ای مشخص برای سازمان‌دهی به فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی، عملکرد به مراتب ضعیف تری را به نمایش گذاشته است. شاهد این مدعا، عدم اشاره به برنامه این منطقه آزاد و یا اختصاص قسمتی از وبگاه این سازمان به مباحث مرتبط با پایداری و مسئولیت اجتماعی است. در همین ارتباط، گزارش ارائه شده از سوی وزارت امور خارجه ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۱۶ پیرامون اقلیم سرمایه‌گذاری در کره جنوبی نیز ضمن اذعان به رشد آگاهی در زمینه پایداری و مسئولیت

۶۰ | نظریه‌ها، تجارب و عملکرد سازمان منطقه آزاد چابهار در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی

اجتماعی سازمانی در کره جنوبی، شیوه اجرای آن توسط سازمان‌های این کشور را خام و در مراحل ابتدایی تکامل، ارزیابی می‌کند.

باوجود نبود برنامه‌ای خاص و مدون برای سازمان‌دهی به اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی در منطقه آزاد ماسان، بررسی نمودهای عملی رهیافت مسئولیت اجتماعی در این منطقه آزاد، صرفاً بر مرور کوتاهی بر اقدامات انجام شده در این باره تمرکز کرده و از پرداختن به اهداف، ذی‌نفعان، ارکان و حوزه‌های تمرکز فعالیت‌های مرتبط با پایداری (به دلیل نبود اطلاعات کافی) پرهیز می‌شود.

اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی

گزیده اقدامات مهم که در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی در منطقه آزاد ماسان انجام شده است، عبارت است از:

- برگزاری سمینار حمایت فنی از توسعه پروژه‌ها در سال ۲۰۱۱
- برگزاری کارگاه توسعه مدیریت و نیروی کار در سال ۲۰۱۱
- امضای یادداشت تفاهم‌نامه صنعتی-دانشگاهی با دانشگاه پلی‌تکنیک کره جنوبی
- تجهیز و نوسازی خوابگاه کارمندان ساکن در منطقه آزاد با رعایت استانداردهای بین‌المللی و محیط‌زیستی
- پیاده‌سازی سیستم پایش صرفه‌جویی در مصرف انرژی در منطقه آزاد در سال

۲۰۱۱

مسئولیت اجتماعی سازمانی در هند

مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR) سیاستی سازمانی برای ارزیابی و پذیرش اثرات برجای گذاشته شده توسط شرکت‌ها بر محیط زیست و رفاه اجتماعی است؛ همچنین، رهیافت مسئولیت اجتماعی سازمانی ناظر بر ارتقای اثرات مثبت اجتماعی و محیط زیستی است. درآمد شرکت‌ها در ارتباط با جامعه به دست می‌آید؛ بنابراین منافع آن‌ها باید به همان جامعه بازگردد.

الزامات قانونی مسئولیت اجتماعی سازمانی در هند چیست؟

تحت قانون شرکت‌ها، تدوین شده در سال ۲۰۱۳، هر شرکت با ارزش خالص ۵۰۰ کروڑ و بیش‌تر، حجم معاملات ۱۰۰۰ کروڑ و بیش‌تر و سود خالص ۵ کروڑ و بیش‌تر باید حداقل ۲ درصد از سود خالص ۳ سال گذشته خود را پیرامون وظایف مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی خرج کنند. این قانون از تاریخ ۲۰۱۴/۰۱/۰۴ لازم‌الاجراست.

علاوه بر این، بر طبق قوانین، شروط قانون مسئولیت اجتماعی سازمانی نه تنها برای شرکت‌های هندی؛ بلکه برای شعبه‌های ادارات خارجی موجود در هند نیز لازم‌الاجراست. به علاوه، شرکت‌های واجد صلاحیت ملزم به ایجاد کمیته مسئولیت اجتماعی سازمانی متشکل از سه عضو یا بیش‌تر هستند. کمیته مسئولیت اجتماعی سازمانی ملزم است، سیاستی که فعالیت‌های آتی را معین می‌کند، اتخاذ کرده و ابلاغ کند. به واسطه این سیاست، منابع تخصیص داده می‌شود و اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت، پایش می‌شوند. عدم ایفای نقش مرتبط با مسئولیت اجتماعی توسط سازمان بین ۵۰۰۰۰ کروڑ تا ۲۵ لاک و یا حتی تا سه سال حبس را به دنبال خواهد داشت. کشور هند، تنها کشور در دنیاست که در آن، مسئولیت اجتماعی سازمانی در قالب قوانین مشخص، مطرح شده است.

چه فعالیت‌هایی می‌تواند در ارتباط با مسئولیت اجتماعی سازمانی صورت گیرد؟

مسئولیت اجتماعی سازمانی تعهدی برای سیاست‌ها و نوآوری‌هایی است که به شکلی مشخص به ارتقای زندگی تنگ‌دستان و محرومان در یکی از زمینه‌های زیر می‌پردازد:

- از بین بردن گرسنگی، فقر و سوء تغذیه
- ارتقای آموزش و تحصیلات
- ارتقای سلامت نوزادان و کودکان
- ارتقای ورزش
- تضمین پایداری محیط‌زیستی
- حمایت از میراث فرهنگی
- تمهیداتی برای منافع نیروهای مسلح
- توسعه نواحی فرودست شهری

مسئولیت اجتماعی سازمانی چگونه به جامعه منفعت می‌رساند؟

- استفاده‌کنندگان از نظر اجتماعی آگاه می‌شوند:
- بسیاری از مصرف‌کنندگان به شکلی فعال به دنبال شرکت‌هایی هستند که از خیریه‌ها حمایت می‌کنند
- **مزیت رقابتی:** شرکت‌هایی که نشان می‌دهند در قبال مسئولیت اجتماعی با جدیت بیشتری نسبت به رقبای خود عمل می‌کنند، به موفقیت نزدیک‌تر هستند
- **ارتقای روحیه کارمندان:** فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی تأثیر شگرفی بر روحیه کارمندان دارند؛ چراکه آن‌ها را از انسان‌دوستی و یکدلی شرکت مطمئن می‌کنند.

اثرات وضع قانون پیرامون موضوع مسئولیت اجتماعی سازمانی در هند چه بوده است؟

- **کمک بیشتر:** پس از وضع این قانون، کمک به امور خیریه و موسسه‌های خیریه توسط شرکت‌های خصوصی از ۳۳,۶۷ میلیارد روپیه در سال ۲۰۱۳، به نزدیک به ۲۵۰ میلیارد روپیه افزایش یافته است.

- **تبدیل شدن مسئولیت اجتماعی سازمانی به جریان اصلی:** وضع این قانون باعث شده است تا مسئولیت اجتماعی سازمانی از یک امر حاشیه‌ای به یک اصل تبدیل شود. هم‌اکنون شرکت‌ها باید با جدیت پیرامون منابع، برنامه زمانی و راهبردهای خود که برای ملزومات رسمی مورد نیاز است، بیندیشند.
- **عدم موافقت:** نتایج یک نظرسنجی مشخص کرده است ۵۲ شرکت از ۱۰۰ شرکت بزرگ هند در سال گذشته، موفق به پرداخت این ۲ درصد نشدند.
- **بازگشت به عقب:** کمک به خیریه‌ها از گذشته به عنوان یک عامل اعتباربخش برای شرکت‌ها به حساب می‌آمده است. امروزه این کمک‌ها تنها به دلیل پیروی از قانون رسمی است. بسیاری از شرکت‌هایی که پیش‌تر، بیش از این مقدار به خیریه‌ها کمک می‌کردند، امروزه کمک‌های خود را به میزان دو درصد کاهش داده‌اند.
- **نابرابری:** یکی از چالش‌های پیش‌روی بخش شرکتی، یافتن خیریه مناسب برای حمایت است. از این‌رو، خیریه‌های بزرگ و معروف با کمک‌های زیادی روبه‌رو شده و این در حالی است که خیریه‌های کوچک، مغفول می‌مانند.
- **جغرافیا:** قانون دو درصد به نوعی باعث شکاف جغرافیایی دامن شده است؛ چرا که شرکت‌ها به خیریه‌هایی کمک می‌کنند که در نزدیکی آن‌ها قرار دارند؛ از این‌رو کمک به خیریه‌های واقع شده در مناطق صنعتی‌تر در مقایسه با خیریه‌های واقع شده در مناطق کمتر صنعتی (جایی که نیاز بیشتری به توسعه وجود دارد) بیشتر است.
- **سیاست:** برخی شرکت‌ها به دنبال به دست آوردن اعتبار از طریق کمک به پروژه‌های اداره شده توسط بخش دولتی هستند؛ از این‌رو کمک به این پروژه‌ها در مقایسه با پروژه‌های بخش مستقل، بیشتر خواهد بود.



تصویر ۶- نمونه‌ای از اقدامات انجام شده در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند

مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های ایران

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی در دهه‌های اخیر به پارادایم غالب و مسلط حوزه اداره شرکت‌ها تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ و معتبر جهانی، مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از راهبرد شرکتی خود می‌بینند. این مفهوم، موضوعی است که هم‌اکنون در کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای با اقتصاد باز به شدت از سوی حکومت‌ها، شرکت‌ها و جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنیا دنبال می‌شود.

با گذشت بیش از ۶۰ سال از ورود مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی به ادبیات مدیریت شرکت‌ها و کسب و کارها، هنوز این مفهوم در فضای کسب و کار ایران جایگاه شایسته‌ای پیدا نکرده است. در همین ارتباط، فاطمه دانشور، نائب رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران، وضعیت و جایگاه شرکت‌های ایرانی بر طبق شاخص مسئولیت اجتماعی شرکتی را جایگاهی نامطلوب می‌داند و تعداد شرکت‌هایی که در ایران مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانی را به طور کامل اجرا و تمام شاخص‌های مسئولیت اجتماعی را عملیاتی کرده باشند (به‌طوری‌که برنامه‌ریزی برای تحقق این شاخص در برنامه‌های مدیریتی و راهبردی شرکت تبلور یابد و شفافیت در گزارش نتایج وجود داشته باشد) را انگشت‌شمار می‌داند.

باین حال در فضای کنونی اقتصاد ایران که بارقه‌های امید از رشد بخش خصوصی و توجه به صاحبان سرمایه در آن به چشم می‌خورد، مجموعه‌ای از مدیران بخش خصوصی و اعضای تشکلهای صنعتی نیز در چند سال گذشته با تأکید بر ضرورت توجه به اجرای پروژه‌هایی در راستای مسئولیت و تعهد اجتماعی، ایفای این تعهد در قبال اجتماع محلی را خنثی‌کننده دیدگاه‌های افراطی بدبینانه نسبت به سرمایه و سرمایه‌داری می‌دانند.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران در مهر و موم‌های اخیر صاحبان صنایع و بخش خصوصی، سازمان‌های غیردولتی و روشنفکران و دانشگاهیان مطرح شده است. برگزاری اولین کنفرانس مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط برخی تشکلهای صنعتی چون اتاق بازرگانی، کنفدراسیون صنعت، برخی از شرکت‌های خصوصی و نیز سازمان‌های غیردولتی، نقطه آغازی در زمینه مطرح کردن مفهوم و ادبیات این موضوع در ایران بود. از طرف دیگر شدت یافتن فضای رقابتی برای برخی صاحبان صنایع باعث شد که بسیاری از شرکت‌های برتر

ایرانی به این مفهوم در فرایندهای مدیریتی خود توجه کنند. با مطرح شدن گواهی‌نامه‌های کیفیت محیط‌زیستی و نیز گواهی‌نامه‌های تعالی سازمانی، این مفهوم در فرایندهای مدیریتی شرکت‌ها جای گرفت. دریافت این گواهی‌نامه‌ها علاوه بر اینکه شرکت‌ها را به سمت بهره‌وری بیشتر سوق می‌داد، برای شرکت‌ها مزیت رقابتی نیز ایجاد می‌کرد.

درمجموع، اهداف شرکت‌های ایرانی از حرکت به‌سوی مسئولیت اجتماعی شرکتی را می‌توان در موارد زیر دسته‌بندی کرد:

- بهبود تصویر بیرونی شرکت در افکار عمومی، مصرف‌کنندگان، کارکنان و نیز سرمایه‌گذاران
- هدفمند کردن و یکپارچه کردن فعالیت‌های پراکنده کنونی شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌منظور اتصال و هم‌افزایی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی به دیگر فرایندهای درون‌سازمانی
- ارتقای امتیاز در مدل تعالی سازمانی

در ادامه به معرفی شرکت ملی صنایع مس ایران و پس‌از آن، بررسی فعالیت‌های این شرکت در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته می‌شود.

معرفی شرکت ملی صنایع مس ایران

شرکت ملی صنایع مس ایران (شرکت صنایع معدن سرچشمه کرمان پیشین) از سال ۱۳۵۵، کلیه فعالیت‌های معادن مس کشور را سازمان‌دهی و مدیریت می‌کند. بر طبق اساسنامه شرکت ملی صنایع مس ایران (مصوب ۱۳۵۷/۳/۲۷ کمیسیون‌های پارلمانی مجلسین)، عمده‌ترین وظایف این شرکت، استخراج و بهره‌برداری از معادن مس، تولید محصولات پریار سنگ معدن و محصولات مسی مانند کاتد، بیلت و مفتول‌های ۸ میلی‌متری است.

شرکت ملی صنایع مس ایران از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان مس در ایران و منطقه و پانزدهمین شرکت بزرگ تولید مس در جهان است. محصول تولیدی اصلی این شرکت، کاتد مس است و سایر محصولات در کنار این محصول قرار می‌گیرند. از مهم‌ترین معادن این شرکت می‌توان به معدن مس سرچشمه، معدن میدوک شهرابک و معدن سونگون آذربایجان شرقی اشاره کرد که پروانه بهره‌برداری این معادن، به نام خود شرکت است.

کاربست رهیافت مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت ملی صنایع مس ایران

شرکت ملی صنایع مس ایران از شرکت‌های پیش‌تاز در زمینه ایفای نقش مسئولیت اجتماعی؛ به‌ویژه در میان شرکت‌های معدنی است؛ به شکلی که می‌توان تأثیرات این شرکت، کارخانه‌ها و صنایع مطبوع آن را بر مناطقی که در آنجا واقع شده‌اند، به‌وضوح مشاهده کرد. با وجود اینکه برنامه مدونی با عنوان برنامه مسئولیت اجتماعی شرکتی در این شرکت تدوین نشده است، این شرکت فعالیت‌های متنوعی در زمینه فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی پیرامون این مفهوم از یک‌سو و نیز اجرای پروژه‌های عملی در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود، سازمان‌دهی کرده است. نکته مهم در این میان، این است که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی در این شرکت با مفاهیمی مانند اقتصاد مقاومتی و تاب‌آوری پیوند خورده است تا مدلی را ایجاد کند تا خلق ارزش مشترک به بهترین شکل تحقق یابد. در ادامه، مهم‌ترین ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتی در این شرکت موردبررسی قرار می‌گیرد:

چشم‌انداز، اهداف و ذی‌نفعان اصلی در برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت ملی صنایع مس ایران

همان‌گونه که بیان شد، شرکت ملی صنایع مس ایران گام‌هایی جدی در حوزه مسئولیت اجتماعی (چه در زمینه فرهنگ‌سازی پیرامون این مفهوم و چه در زمینه اقدامات کاربستی) برداشته است. بررسی‌های انجام شده پیرامون استخراج برنامه این سازمان حاکی از آن است که باوجوداینکه برنامه مشخص و معینی برای سازمان‌دهی به اقدامات این شرکت در این حوزه وجود ندارد، این امکان وجود دارد که این موارد را از دو بخش، استخراج و مستند کرد.

الف: نقشه استراتژی شرکت ملی صنایع مس ایران

نقشه استراتژی شرکت ملی صنایع مس ایران که به نوعی، سندی راهبردی برای سازمان‌دهی به فعالیت‌های آتی این سازمان است در ۶ بخش، تدوین شده است. بررسی این نقشه راه حاکی از آن است که در تدوین آن، توجه ویژه‌ای به ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی و محیط‌زیستی اجتماعات محلی شده است. در ادامه به رهنمودهای اصلی این سند پیرامون تبیین چشم‌انداز، اهداف و راهبردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی در این شرکت اشاره می‌شود:

- در بخش ارکان جهت ساز، احترام به سلامت و کرامت انسان‌ها، توسعه پایدار، شفافیت، پاسخگویی و حفظ اصول اجتماعی به‌عنوان ارزش‌های اصلی این شرکت، فهرست شده‌اند.
- صیانت از ثروت ملی و زیست‌محیطی و ایفای مسئولیت اجتماعی، ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی و تحول فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی به‌عنوان موضوعات استراتژیک شرکت ملی صنایع مس ایران، به حساب می‌آیند.
- ارتقای مشارکت و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، توسعه فرصت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی، ارتقای استانداردهای زیست‌محیطی و صیانت و حفظ ذخایر معدنی نیز به‌عنوان مهم‌ترین راهبردها در برخورد با مشتریان و ذی‌نفعان، توسط این شرکت تدوین شده است.
- در قسمت راهبردهای مربوط به فرایندهای داخلی نیز در قالب دو بخش فرایندهای قانونی و اجتماعی و نیز فرایندهای تولید و عملیات به تصویر نقش مسئولیت اجتماعی در سازمان‌دهی به فرایندهای داخلی پرداخته شده است.

ب: چارچوب نهادی و نظام اجرایی اقدامات زیست محیطی

در قالب این چارچوب که برگرفته از سند ملی محیط زیست جمهوری اسلامی ایران در معدن سرچشمه است، پس از بیان اصول، حقوق و اخلاق محیط زیستی شرکت، اقدامات راهبردی به شرح زیر، تدوین شده اند:

- ایجاد یکپارچگی و کارآمدی در مدیریت کمیت و کیفیت منابع آبی زیرزمین و سطحی
- پیشگیری، پایش و کنترل کیفیت هوا برای دسترسی به هوای پاک
- راهبری، کنترل و بهبود کمیت و کیفیت منابع خاک
- رعایت استانداردهای محیط زیستی در مصرف منابع انرژی
- ایجاد و توسعه ظرفیت های علمی و فناورانه در بخش محیط زیست

ارکان مسئولیت اجتماعی سازمانی در شرکت ملی صنایع مس ایران

همان گونه که در قسمت پیشین نیز بدان اشاره شد، برنامه مدونی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی صنایع مس ایران در دسترس نیست، باین حال، نظرات و آرای مسئولان این شرکت در گفتگوها، سمینارها و جلسات، حاکی از آن است که این گونه فعالیت ها در این شرکت حول مفهوم تاب آوری در دو رکن سازمان دهی شده است:

- **حوزه تولید (مقاوم سازی تولید):** اقدامات انجام شده در این بخش به فعالیت های درون شرکتی اشاره دارد.

- **مناطق عملکردی (انجام مسئولیت اجتماعی در بستر اقتصاد مقاومتی):**

اقدامات انجام شده در این بخش به فعالیت های بیرونی شرکت دلالت دارد. در این محور، مفهوم تاب آوری در مناطق هم جوار با کارخانه ها جلوه پیدا می کند. این مناطق عمدتاً مناطقی هستند که اقتصادشان تک محصولی و کاملاً وابسته به مس است؛ به بیانی شیواتر، در دوران پسمعدن (دورانی که ذخیره مس تمام شود) اقتصاد این نواحی دچار فروپاشی خواهد شد. در همین ارتباط، این شرکت در نگاه و رویکرد

۷۰ | نظریه‌ها، تجارب و عملکرد سازمان منطقه آزاد چابهار در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی

خود، افزایش تاب‌آوری در نواحی عملکردی را برای جلوگیری از فروپاشی اقتصاد این مناطق در دوران پسامعدن دنبال می‌کند.

اقدامات سازمان در ارتباط با اهداف پایداری و مسئولیت اجتماعی

ازجمله اقدامات مهمی که شرکت ملی صنایع مس ایران در ارتباط با ایفای نقش مسئولیت اجتماعی سازمانی انجام داده است از قرار زیر است:

- تشکیل ستاد مدیریت اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۹۵؛ مأموریت اصلی این ستاد، مقاومت‌سازی تولید در برابر تنش‌ها و تکان‌های جهانی و انجام مسئولیت اجتماعی در بستر اقتصاد مقاومتی است که توسط ارکان و اجزای شرکت باید پیگیری شود.
- کمک برای ساخت و تجهیز نمایشگاه بزرگ جنوب شرق ایران در کرمان؛ این نمایشگاه در وسعتی نزدیک به ۲۴۰ هکتار در جاده باغین شهر کرمان به بهره‌برداری رسیده است. با اتمام ساخت محل دائمی نمایشگاه، یکی از نیازهای جدی استان کرمان برآورده شد که در مهر و موم‌های گذشته وجود این محل، سبب شد که در معرفی دستاوردهای اقتصادی و فرهنگی این استان تحول جدی ایجاد شود.
- طرح جهاد درمانی در منطقه ورزقان و سونگون با مشارکت شرکت ملی صنایع مس ایران؛ طرحی چهارروزه که در قالب آن، ۳۵۰ مددجو از خدمات و امکانات دندانپزشکی و سایر خدمات بهداشتی و درمانی فراهم شده استفاده کردند.
- طرح احیا و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط شهر بابک
- این طرح از ابتدای خردادماه ۱۳۹۶ تاکنون اقداماتی مانند راه‌اندازی وبگاه «شهر بابک، شهر کارآفرینی» ایجاد پنجره واحد برای پیگیری و رفع موانع تولید، شناسایی و معرفی روش‌های تأمین مالی به کارآفرینان را انجام داده است.
- پیاده‌سازی استانداردهای محیط‌زیستی پیشرفته و کنترل تولید آلاینده‌ها، به‌ویژه در صنایع موجود در شهر بابک

جمع‌بندی

مهم‌ترین نتایج حاصل از بررسی تجارب جهانی در کاربریست رهیافت مسئولیت اجتماعی شرکتی را می‌توان در قالب جداول زیر جمع‌بندی کرد:

نمونه ۱: منطقه آزاد جبل علی (JAFTZ) امارات متحده عربی	
نوع سازمان: منطقه آزاد تجاری ویژگی‌های عمومی اقتصادی: بزرگ‌ترین شبکه کسب‌وکار خاورمیانه شامل بیش از ۳۲ درصد از مجموع سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی، حضور بیش از ۷۳۰۰ کسب‌وکار بین‌المللی، ثبت تجارت غیرنفتی معادل با ۸۰,۲ میلیارد دلار و به ثبت رساندن بیش از ۱۴۴۰۰۰ نفر فرصت شغلی.	
اهداف - استقبال از تنوع و تشویق رشد از طریق به کارگیری بهترین استعدادهای موجود در امارات - مشارکت با نوآوران و کارآفرینان در زمینه کسب‌وکار، آموزش و محیط‌زیست - اولویت دادن به نیازهای ذی‌نفعان (کارفرمایان، کارمندان و شهروندان) بر فعالیت‌های اقتصادی صرف	
زمینه‌های فعالیتی (از کان) مسئولیت اجتماعی - محیط کار: اولویت دادن به ایجاد محیطی که رضایت کارمندان را به همراه دارد. تعدادی برنامه و خطوط راهنما تدوین شده است که تضمین‌کننده مقاصد کلیدی شامل تأمین فرصت‌های برابر آموزش و توسعه، پاداش‌ها و منافع‌ها و خدمات تخصصی است که درصدد ارتقای رفاه اجتماعی کارمندان سازماندهی شده است. - بازار: تسهیل فعالیت‌های انجام‌شده توسط ذی‌نفعان مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی که در نهایت منفعت‌های حاصل‌شده برای اجتماعات را چندین برابر می‌کنند. برای تشویق مشارکت ذی‌نفعان، سمینارهای و کارگاه‌هایی ایجاد می‌شوند تا مشتریان و شرکای کسب‌وکار منطقه آزاد در آن شرکت کنند تا در قالب آن به یادگیری و اشتراک تجربیات خود بپردازند و در نهایت کاربری‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی را در فعالیت‌های کسب‌وکاری خود نهادینه کنند. - محیط زیست: تعهد برای مراقبت از محیط‌زیست و ارتقای کاربری‌های دوستدار محیط‌زیست در تمامی فعالیت‌های انجام‌شده در منطقه آزاد وجود دارد. سیاست‌های محیط‌زیستی جنبه‌های متنوعی را در برمی‌گیرد (مانند کارایی انرژی، انرژی‌های تجدیدپذیر، استانداردهای ساخت‌وساز سبز و نیز کاشت گیاهان). - اجتماع: یکی از کلیدی‌ترین ابعاد مرتبط با مسئولیت اجتماعی در منطقه آزاد	

تجاری جبل علی، اقدام برای افزودن ارزش و کمک مؤثر به سلامت جامعه (به‌مثابه یک کلیت) است. چه در مقیاس محلی و چه در مقیاس بین‌المللی، منطقه آزاد به سرمایه‌گذاری در تمامی جنبه‌هایی که با معیارهای مشخص منطقه آزاد همخوانی داشته و نتایج و تأثیرات مثبتی را به همراه دارند، اقدام می‌کند.	
سازمان‌دهی برنامه کارورزی طموهی مشارکت در رویداد سالانه روز بدون خودرو مشارکت در رویداد ورزشی ماراتون دبی پیشنهاد و برگزاری برنامه ساخت یک مدرسه در نپال برگزاری برنامه‌های متنوع آموزشی و تفریحی در بیش از ۲۵ پرورشگاه اقدامات نوآورانه در بهره‌گیری از انرژی‌های پایدار	نمونه فعالیت‌های انجام شده در هر زمینه
دانش‌آموزان و دانشجویان، زنان، نیازمندان، کودکان بی‌سرپرست، کارمندان	جامعه هدف

نمونه ۲: منطقه آزاد رأس‌الخیمه (RAKFTZ) امارات متحده عربی	
نوع سازمان: منطقه آزاد تجاری ویژگی‌های عمومی اقتصادی: جذب سرمایه از بیش از ۸۰۰۰ شرکت و بنگاه از بیش از ۱۰۰ کشور.	
اهداف - خدمت‌گذاری به اجتماعات محلی - کمک به رشد آموزش و تحصیلات - مراقبت از محیط‌زیست - بهداشت و سلامت کارمندان	
ازکان مسئولیت اجتماعی، شامل: - احترام به جامعه محلی: همکاری نزدیک و رودررو با سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات به اجتماعات محلی، نهادهای خیریه بین‌المللی، ارائه مقررات فعال در زمینه حفاظت و مراقبت از محیط طبیعی - اولویت دادن به مشتریان: ارائه راه‌های کسب‌وکار بهتر، پشتیبانی زیرساختی، نوآوری‌های فنی و کمک‌های عمومی به استفاده‌کنندگان به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی - توسعه نیروی کار: اتخاذ رهیافت فعالانه در زمینه توسعه و نگهداری از اشخاص و گروه‌های بااستعداد از طریق برنامه‌های آموزشی جامع، سیستم‌های پاداش مؤثر، نوآوری‌های متمرکز آموزشی و برنامه‌ریزی پیشرفت	زمینه‌های فعالیتی

– تعهد و نوآوری: فراهم سازی امکانات برای بروز نوآوری در کسب و کارها حوزه های عمل مسئولیت اجتماعی شامل: الف حوزه کسب و کار: مبتنی بر این حوزه، منطقه آزاد متعهد می شود تا به تولید فرصت های شغلی جدید، رشد اقتصادی و درعین حال، حفاظت و مراقبت از محیط زیست بپردازد. ب حوزه محیط زیست: حفاظت از محیط زیست اقدامی ضروری برای تضمین سلامت سازمان و اجتماعی است که درون آن فعالیت می کند.	
راه اندازی و اداره کمپین پاک سازی امارات از سال ۲۰۰۴ پیاده سازی برنامه جامع سلامت، محیط زیست و ایمنی (EHS) پیاده سازی سیستم یکپارچه بازیافت در سال ۲۰۰۹ برگزاری سلسله سمینار عملکرد محیط زیستی (EPC) پیاده سازی سیستم خدمات ضروری محیط زیستی (EHS) برگزاری برنامه سبک زندگی کارمند سالم (HELP)	نمونه فعالیت های انجام شده در هر زمینه
کارمندان، ساکنان شهر	جامعه هدف

نمونه ۳: منطقه آزاد صحار (SOHAR) عمان	
نوع سازمان: منطقه آزاد تجاری ویژگی های عمومی اقتصادی: از نمونه مناطق آزاد با سرعت رشد بالا بر اساس رشد روزافزون سرمایه گذاری خارجی.	
– فعالیت به عنوان بندر اصلی و ارزشمند در منطقه از طریق ارتقای کارایی و امنیت ترافیک دریایی – توسعه، ساخت، مدیریت و فعالیت بندر و ناحیه صنعتی منطقه صحار به شکلی پایدار در معنای فراگیر منطقه از طریق: – مراقبت از محیط زیست – سودرسانی به اجتماعات – مراقبت از کیفیت زندگی در اجتماعات – توجه به مراقبت از منافع آینده اجتماعات به مانند سلامتی، ارزش های اجتماعی و محیط زیست	اهداف
ارکان مسئولیت اجتماعی شامل:	زمینه های فعالیتی

- پایداری - تعهد - شفافیت حوزه‌های عمل مسئولیت اجتماعی شامل: - آموزش: حمایت از فعالیت‌های آموزشی و فنی و حرفه‌ای از طریق ارائه کمک‌هزینه‌های تحصیلی، برنامه‌های توسعه دانش آموزان و برنامه‌های سلامت و ورزش برای مدارس؛ - کارآفرینی: تعهد به ارتقا و حمایت از ایجاد اشتغال برنامه‌های کارورزی جوانان و نیز پتانسیل‌های خوداشتغالی؛ - بهداشت، ایمنی، امنیت و محیط‌زیست: تعهد به ایجاد محیطی سالم و امن برای کارمندان، کارکنان صنایع مراجعه‌کنندگان و اجتماعات اطراف آن؛ - مشارکت ذی‌نفعان: ارائه و معرفی فعالیت‌های سازمان از راه‌های متنوع مانند خبررسانی، بازدید از مدارس و فعالیت‌های مشترک اجتماعی و ورزشی.	
برگزاری و حمایت مالی و معنوی از همایش‌ها و فعالیت‌های مرتبط با بهداشت، ایمنی، امنیت و محیط‌زیست برگزاری دوره آموزش تابستانی در سال ۲۰۱۷ حمایت مالی از جشن قدردانی از دانش‌آموزان شهرهای صحار و لبوا تأسیس دانشکده بین‌المللی علوم دریایی با همکاری وزارت حمل و نقل و ارتباطات برگزاری کارگاه حرفه بانوان: قدم برداشتن با یکدیگر؛ کمک به گروهی از بانوان کارآفرین برای شرکت در انجمن کارآفرینی بانوان شورای همکاری‌های خلیج همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد بومی و بین‌المللی در حمایت از برنامه‌های خیریه و رویدادها.	نمونه فعالیت‌های انجام شده در هر زمینه
دانش‌آموزان و دانشجویان، زنان، اجتماعات محلی، نیازمندان، کارمندان.	جامعه هدف

نمونه ۴: منطقه آزاد ماسان (MFTZ) کره جنوبی	
نوع سازمان: منطقه آزاد تجاری ویژگی‌های عمومی اقتصادی: اولین مجموعه صنعتی مخصوص سرمایه‌گذاری خارجی در کره جنوبی، فعالیت بیش از ۸۰ شرکت خارجی در این منطقه آزاد، اختصاص بیش از ۹۸ درصد از کل تولیدات منطقه به صادرات.	
– برگزاری سمینار حمایت فنی از توسعه پروژه‌ها در سال ۲۰۱۱ – برگزاری کارگاه توسعه مدیریت و نیروی کار در سال ۲۰۱۱ – امضای یادداشت تفاهم نامه صنعتی-دانشگاهی با دانشگاه پلی‌تکنیک کره جنوبی – تجهیز و نوسازی خوابگاه کارمندان ساکن در منطقه آزاد با رعایت استانداردهای بین‌المللی و محیط‌زیستی – پیاده‌سازی سیستم پایش صرفه‌جویی در مصرف انرژی در منطقه آزاد در سال ۲۰۱۱	نمونه فعالیت‌های انجام شده در هر زمینه
دانش آموزان و دانشجویان، کارمندان، دانشگاهیان.	جامعه هدف

نمونه ۵: شرکت ملی صنایع مس ایران (NICICO)	
نوع سازمان: شرکت غیرتجاری ویژگی‌های عمومی اقتصادی: بزرگ‌ترین تولیدکننده مس در ایران و پانزدهمین شرکت تولید مس در جهان.	
اهداف مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی در این شرکت از دو قسمت قابل استخراج هستند: الف نقشه استراتژی شرکت ملی صنایع مس ایران: – در بخش ارکان جهت ساز، احترام به سلامت و کرامت انسان‌ها، توسعه پایدار، شفافیت و پاسخگویی و حفظ اصول اجتماعی به عنوان ارزش‌های اصلی مدنظر شرکت قرار گرفته است. – صیانت از ثروت ملی و زیست‌محیطی و ایفای مسئولیت اجتماعی، ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی و تحول فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی موضوعات استراتژیک شرکت ملی صنایع مس ایران هستند. – ارتقای مشارکت و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، توسعه فرصت‌های کارآفرینی و	اهداف

اشتغال‌زایی، ارتقای استانداردهای زیست‌محیطی و صیانت و حفظ ذخایر معدنی نیز به‌عنوان مهم‌ترین راهبردها در برخورد با مشتریان و ذی‌نفعان از سوی این شرکت تدوین شده است. – در قسمت راهبردهای مربوط به فرایندهای داخلی نیز در قالب دو بخش فرایندهای قانونی و اجتماعی و نیز فرایندهای تولید و عملیات، به تصویر نقش مسئولیت اجتماعی در سازمان‌دهی به فرایندهای داخلی پرداخته شده است. ب چارچوب نهادی و نظام اجرایی اقدامات محیط‌زیستی: اقدامات راهبردی در زمینه حفاظت محیط‌زیستی به شکل زیر تدوین شده‌اند: – ایجاد یکپارچگی و کارآمدی در مدیریت کمیت و کیفیت منابع آبی زیرزمین و سطحی – پیشگیری، پایش و کنترل کیفیت هوا برای دسترسی به هوای پاک – راهبری، کنترل و بهبود کمیت و کیفیت منابع خاک – ایجاد و توسعه ظرفیت‌های علمی و فناورانه در بخش محیط‌زیست	
فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی در این شرکت حول مفهوم اقتصاد مقاومتی و تاب‌آوری پیرامون دو رکن سازمان‌دهی شده‌اند: – حوزه تولید (مقاوم‌سازی تولید): اقدامات انجام شده در این بخش به فعالیت‌های درون شرکتی بازمی‌گردد – مناطق عملکردی (انجام مسئولیت اجتماعی در بستر اقتصاد مقاومتی): اقدامات انجام شده در این بخش به فعالیت‌های برون شرکتی دلالت دارد. در این محور، مفهوم تاب‌آوری در مناطق هم‌جوار با کارخانه‌ها جلوه پیدا می‌کند.	زمینه‌های فعالیتی
تشکیل ستاد مدیریت اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۹۵ کمک برای ساخت و تجهیز نمایشگاه بزرگ جنوب شرق ایران در کرمان طرح جهاد درمانی در منطقه ورزقان و سونگون با مشارکت شرکت ملی صنایع مس ایران طرح احیا و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شهر بابک پیاده‌سازی استانداردهای محیط‌زیستی پیشرفته و کنترل تولید آلایندہ‌ها، به‌ویژه در صنایع موجود در شهر بابک.	نمونه فعالیت‌های انجام شده در هر زمینه
ایده پردازان، اجتماعات محلی، کارمندان.	جامعه هدف

عملکرد سازمان منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در حوزه

مسئولیت اجتماعی شرکتی

عملکرد سازمان در حوزه مسئولیت اجتماعی خود به دودسته کلی داخلی محدود و خارج از محدوده منطقه آزاد تقسیم می‌شود. بیشترین عملکرد سازمان در داخل محدوده به فعالیت اجتماعی، فرهنگی، گردشگری و نیز عمرانی اختصاص دارد که همه‌ساله با بودجه و برنامه خاصی دنبال می‌شود؛ اما مسئولیت اجتماعی خارج از محدوده را سازمان با عنوان کمک به نواحی هم‌جوار اجرا می‌کند که این موضوع بر اساس ماده ۲ قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران است که در آن درآمد سازمان‌های مناطق آزاد که در چارچوب بودجه سالیانه به تصویب هیئت‌وزیران می‌رسد و برای عمران و آبادانی سایر نواحی (با اولویت نواحی هم‌جوار) هزینه می‌شود. بررسی هزینه کرد سازمان نشان می‌دهد که در یک دهه گذشته مبلغ ۱۷۶,۸۰۲ میلیون ریال کمک سازمان منطقه آزاد چابهار به نواحی هم‌جوار بوده است به‌طوری‌که از کل این مبلغ ۱۲۱,۳۲۴ میلیون ریال از محل سرفصل پرداخت فرهنگی- اجتماعی، ۱۵,۸۷۸ میلیون ریال از محل کمک به نهادهای حمایتی و ۳۹,۶۰۰ میلیون ریال نیز کمک به نواحی هم‌جوار پرداخت شده است.

جدول شماره ۳- میزان هزینه کرد و سرفصل‌های سازمان

ارقام به میلیون ریال	سال									
جمع کل	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	سرفصل
۳۹,۶۰۰	-	-	-	۱۰,۵۰۰	۸,۷۰۰	۹,۹۰۰	۷,۰۰۰	-	۳,۵۰۰	کمک به نواحی هم‌جوار
۱۲۱,۳۲۴	۴۲,۵۰۰	۱۳,۷۰۰	۲۸,۹۰۱	۷,۵۳۷	۵,۴۷۱	۶,۶۹۵	۴,۵۶۶	۴,۹۶۹	۶,۹۸۵	پرداخت‌های فرهنگی - اجتماعی
۱۵,۸۷۸	۲,۵۰۰	۲,۳۰۰	۱,۳۵۰	۱,۳۸۰	۱,۰۳۴	۵۹۶	۶,۷۱۸	-	-	کمک به نهادهای حمایتی
۱۷۶,۸۰۲	۴۵,۰۰۰	۱۶,۰۰۰	۳۰,۲۵۱	۱۹,۴۱۷	۱۵,۲۰۵	۵,۷۳۰	۱۸,۲۸۴	۴,۹۶۹	۱۰,۴۸۵	جمع کل میلیون ریال

اقدامات سازمان منطقه آزاد در حوزه مسئولیت اجتماعی را می‌توان در زمینه‌های محیط‌زیست، آموزش، فرهنگ و هنر، گردشگری، اجتماع محلی، ورزش، بهداشت و درمان، اشتغال، همچنین روستای تیس بررسی کرد. در ادامه به هر یک از این موضوعات را به‌صورت مجزا پرداخته می‌شود.

محیط‌زیست

عملکرد سازمان در حوزه محیط‌زیست از مباحث مربوط به فرهنگ‌سازی از طریق چاپ و تألیف کتاب و پازل تا بازرسی از واحدهای صنعتی مستقر در منطقه، کاشت درخت، جمع‌آوری زباله و... را در برمی‌گیرد؛ شاید بتوان نقطه قوت این اقدامات را فرهنگ‌سازی در حوزه محیط‌زیست دانست که به علت تأثیر ژرفی که دارد، به‌عنوان مهم‌ترین اقدام می‌توان از آن نام برد؛ اما یکی از موضوعات مورد غفلت و یا کمتر توجه شده در زمینه محیط‌زیست موضوع فاضلاب و محیط‌زیست دریایی است که توجه به آن در کنار تداوم اقدامات سازمان می‌تواند مسئولیت اجتماعی منطقه آزاد را قوت بخشد.

اقدامات مهم سازمان در زمینه محیط‌زیست به شرح زیر است:

- بازدید از واحدهای تولیدی، خدماتی و صنعتی منطقه: بازدید از واحدهای صنعتی، خدماتی و تولیدی در مراحل استقرار و بهره‌برداری از اصلی‌ترین و مهم‌ترین مأموریت‌های محوله به این حوزه است. در همین ارتباط بیش از ۱۰۰ بازدید کارشناسی طی ۶ ماه گذشته با حضور این مدیریت و کارشناسان حوزه از واحدهای مذکور انجام شده است.
- انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با معاونت محیط‌زیست دریایی: در راستای تقویت همکاری‌ها و بسترسازی برای تعامل و هماهنگی‌های لازم باهدف اجرای برنامه‌ها و طرح‌های زیست‌محیطی مشترک و بهره‌گیری از نقطه نظرات فنی کارشناسان سازمان حفاظت محیط‌زیست، این تفاهم‌نامه همکاری فی‌مابین منطقه آزاد چابهار و معاونت دریایی سازمان حفاظت محیط‌زیست منعقد شد.
- انعقاد قرارداد همکاری حفاظت از اراضی منطقه: پیرو انعقاد تفاهم‌نامه فی‌مابین سازمان منطقه آزاد چابهار و معاونت محیط‌زیست دریایی و ذیل تفاهم‌نامه مذکور، بسترسازی برای تنظیم قراردادهای همکاری با بخش خصوصی، سمن‌ها و سایر حوزه‌های و نهادها فراهم شد. انعقاد قرارداد همکاری با اداره کل حفاظت محیط‌زیست استان سیستان و بلوچستان برای حفاظت از اراضی منطقه اولین قرارداد از نوع مذکور بود.

- انعقاد قرارداد همکاری برای پایش مرجان‌ها و سنجش آلودگی شناگاه‌های ساحلی منطقه: پیرو انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با معاونت محیط‌زیست دریایی و نظر به اهمیت مرجان‌های موجود در پایین‌دست هتل لیپار (منطقه آزاد در سال‌های گذشته به دلیل طرح توسعه اسکله شهید بهشتی از آن منطقه به پایین‌دست هتل لیپار منتقل شده) و لزوم پایش مستمر آن‌ها قرارداد همکاری با اداره کل محیط‌زیست استان سیستان و بلوچستان منعقد شد؛ همچنین لزوم سنجش آلودگی‌های میکروبی شناگاه‌های ساحلی مورد تأکید و توافق قرار گرفت.
- بازنگری در طرح مطالعات SEA (ارزیابی استراتژیک محیط‌زیست منطقه آزاد چابهار): منوط کردن هرگونه بارگذاری صنعتی در پیکره هشتم (صنایع سنگین) به انجام مطالعات SEA و پیام‌های وارده به مطالعات موصوف، موجب شد تا بازنگری و اصلاح طرح توسط مشاور زیست‌محیطی منطقه (شرکت زیست انرژی پارس) در دستور کار و اولویت این مدیریت قرار گیرد. مطالعات مذکور در آذرماه سال جاری بازنگری و نسخه‌ای از آن به سازمان حفاظت محیط‌زیست ارسال شد. این مطالب برای نخستین بار در کشور در منطقه آزاد چابهار انجام شد.
- راه‌اندازی کمیته HSE منطقه: نظر به اهمیت کمیته کاربردی محیط‌زیست و همچنین مقوله HSE مکاتبات لازم برای راه‌اندازی این دو کمیته انجام و اولین جلسه HSE با حضور نمایندگان حوزه‌های مربوطه برگزار شد.
- در راستای مشارکت افزایی، فرهنگ‌سازی و احترام به محیط‌زیست و طبیعت برگزاری جلسات با مسئولان مرتبط در حوزه حمل‌ونقل، پلاستیک‌های جمع‌آوری زباله به علاقه‌مندان و متقاضیان همکاری این حوزه‌ها با محیط‌زیست داده شد تا در صورت مشاهده زباله اقدام به پاک‌سازی آن در دریا و جاده کنند.
- در پی برگزاری جلسه با مسئولان انتشاراتی نردبان (ازجمله انتشاراتی‌های فعال در حوزه کتاب‌های زیست‌محیطی) برای همکاری با این مدیریت که در تهران انجام شد، برخی از واحدهای تولیدی در سطح منطقه اقدام به مساعدت و همکاری در زمینه چاپ کتاب، تهیه کلاه و کاور، مدادهای زیست‌محیطی، اسباب‌بازی و اعطای

آن به حوزه محیط‌زیست سازمان منطقه آزاد چابهار کردند (همکاری با بخش خصوصی علاقه‌مند به مشارکت در اولویت برنامه‌های این مدیریت قرار دارد).

- تمساح پوزه کوتاه یا در اصطلاح محلی گاندو نماد محیط‌زیست منطقه است و زیستگاه طبیعی آن در شهرستان‌های سرباز و چابهار از جمله رودخانه سرباز و باهو کلات و نیز زیستگاه انسان ساخت آن در محل محیط‌بانی منطقه ریکو کش شهرستان چابهار واقع شده است. این مناطق سالانه شاهد بازدید هزاران گردشگر علاقه‌مند به این جانور زیبا و مورد احترام بومیان منطقه است. دکتر علی اصغر مبارکی از زیست‌شناسان و خزنه‌شناسان مطرح کشور، نگارش کتاب گاندو را به سفارش منطقه آزاد چابهار انجام داده است.

- در راستای ارتقای شاخص‌های زیست‌محیطی در حوزه فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی، این مدیریت با همکاری واحد روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان طراحی و تولید ۳۰۰۰ قطعه پازل گاندو را برای معرفی نماد محیط‌زیست و طبیعت منطقه سفارش داد. این اقلام در نمایشگاه‌ها، همایش‌ها، جشنواره‌ها و در سطح مدارس توزیع می‌شوند.

- حضور در دوره‌های آموزشی سازمان اقیانوس‌شناسی: با توجه به لزوم آموزش ضمن خدمت کارشناسان حوزه، مدیریت سازمان حضوری فعال در دوره‌های آموزشی از جمله در بخش وضعیت لاک‌پشت‌های سبز در استان، مخاطرات سونامی و غیره که توسط سازمان اقیانوس‌شناسی برگزار شد، داشتند.

- حضور در دوره‌های آموزشی HSE: نظر به اهمیت مقوله HSE در فرایند توسعه زیست‌محیطی، کلیه کارشناسان حوزه محیط‌زیست منطقه آزاد چابهار در کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی HSE که توسط دانشگاه بین‌المللی چابهار طراحی و تدریس می‌شد، شرکت کردند.

- فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه از منابع انرژی (آب و برق) با استفاده از تصاویر اینفوگرافی: با عنایت به اهمیت مقوله فرهنگ‌سازی زیست‌محیطی برای استفاده بهینه از منابع آب و برق به‌ویژه توصیه‌ها درباره صرفه‌جویی و رعایت الگوهای مصرف

بهینه، این مدیریت با همکاری اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل سازمان اقدام به تهیه تصاویر اینفوگرافی و تهیه آن در سایت سازمان کرد. این تصاویر از جذابیت خاصی برای کودکان و نوجوانان برخوردار است.

- نشست با سمن ها و NGO های فعال زیست محیطی منطقه: از دیگر اقدامات مدیریت محیط زیست منطقه آزاد چابهار در راستای هم افزایی و مشارکت جمعی برای اجرای برنامه های زیست محیطی، برگزاری نشست و هم اندیشی با مدیران سمن های فعال زیست محیطی شهرستان چابهار از جمله سمن موج و مرجان، گاندو و قصر شیشه ای و غیره بود.
- مشارکت شهروندان، گردشگران و سمن ها در برنامه های زیست محیطی: در راستای جلب مشارکت و هم افزایی برای حضور حداکثری علاقه مندان و متقاضیان در برنامه های زیست محیطی منطقه آزاد چابهار، برنامه هایی با محوریت پاک سازی ساحل و دریا با مشارکت شهروندان، گردشگران و سمن ها برگزار می شود. این برنامه تا پایان سال جاری استمرار داشته و محوریت با پاک سازی سواحل است.
- تهیه کتابچه دستورالعمل ها و استانداردهای زیست محیطی: با توجه به رشد فزاینده تقاضاها و درخواست های سرمایه گذاری در حوزه صنایع؛ به ویژه در پیکره های هفت و هشت منطقه و با عنایت به حساسیت و جایگاه منطقه در چشم انداز توسعه جنوب شرق کشور و سواحل مکران، اطلاع رسانی به واحدهای تولیدی موجود و متقاضیان سرمایه گذاری درباره رعایت استانداردهای زیست محیطی امری ناگزیر بوده؛ از این رو و پیرو آن، تهیه کتابچه های اطلاع رسانی مربوطه در دستور کار قرار گرفت که این کتابچه در اختیار سرمایه گذاران قرار می گیرد.
- تهیه کتاب های آموزشی زیست محیطی: مجموعه ۱۰ گانه کتاب های آموزشی زیست محیطی که معاونت آموزش سازمان حفاظت محیط زیست کشور و اداره کل مشارکت های مردمی سازمان مذکور و با همکاری بخش خصوصی تهیه و چاپ کرده است، توسط این مدیریت گردآوری، تلخیص و تدوین شده است و در اختیار

علاقه‌مندان به‌ویژه کودکان و نوجوانان قرار گرفت. هدف اصلی از این اقدام، اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی و برگزاری مسابقات زیست‌محیطی و غیره بود.

- مشارکت در برگزاری همایش پیاده‌روی خانواده به مناسبت روز هوای پاک: به مناسبت روز و گرامیداشت هفته هوای پاک در کشور، مدیریت محیط‌زیست منطقه آزاد چابهار در قالب برنامه مشارکتی با اداره محیط‌زیست شهرستان با برگزاری همایش بزرگ پیاده‌روی در محل تفرجگاه دریا بزرگ شهر چابهار به استقبال این روز رفت.

- مشارکت در برگزاری روز جهانی تالاب‌ها: با توجه به اهمیت تالاب‌ها و لزوم گرامیداشت این روز جهانی، مدیریت محیط‌زیست منطقه آزاد چابهار با مشارکت اداره محیط‌زیست شهرستان اقدام به اجرای برنامه در مدرسه دانشوران شهر کرد. در این مراسم به ۳۰ نفر از دانش‌آموزان برتر و همکار در حوزه محیط‌زیست جوایزی اهداء و کارگاه آموزشی ۲ ساعته ویژه دانش‌آموزان نوجوان با موضوع حفاظت از تالاب‌ها برگزار شد.

- مشارکت در برگزاری ششمین برنامه مریخ‌نوردی و ساحل‌پیمایی: ششمین برنامه مریخ‌نوردی و ساحل‌پیمایی با حضور بیش از ۳۰۰ نفر از گردشگران کارکنان سازمان و خانواده‌هایشان و سایر علاقه‌مندان به ورزش‌های طبیعی برگزار شد. کارکنان حوزه محیط‌زیست با اجرای برنامه کاشت نهال و پاک‌سازی حضوری فعال در این مراسم داشتند. این برنامه رأس ساعت ۷ صبح روز جمعه مورخ ۹۶/۱۱/۲۰ در محل کوه‌های مریخی اجرا شد.

- اختصاص ۵۰۰۰ هکتار از اراضی پیکره هشتم منطقه آزاد چابهار به استقرار صنایع سبز:

نظر به اهمیت صنایع سبز، حمایت‌های لازم از صنایع مذکور و لزوم استقرار آن در منطقه آزاد چابهار با توجه به توانمندی‌های محیطی در حوزه استحصال انرژی‌های تجدیدپذیر خورشیدی و بادی ۵۰۰ هکتار از اراضی پیکره هشتم به این مهم اختصاص یافته و آماده استقرار صنایع مربوط و متقاضی است.

- انتشار ۲۵۰۰ نسخه کتاب آموزشی و فرهنگ سازی در زمینه محیط زیست
- ۲۵ برنامه پاک سازی اراضی و سواحل
- ۱۲ برنامه مناسبی اجرا شده در زمینه محیط زیست
- ۵۵ بازدید از واحدهای صنعتی و خدماتی
- برگزاری ۴ دوره کارگاه آموزشی
- امضای ۲ تفاهم نامه با نهادهای سازمان ها
- صدور ۲۵۰ مجوز محیط زیستی
- صدور ۸۰ کارت فعالان محیط زیست استان
- بیش از ۱۰۰ نهال درختان بومی منطقه بین واحدهای پیکره هفت شهرک صنعتی و پیکره هشت (صنایع سنگین) از جمله پتروشیمی، فولاد مکران، روغن بحار تجارت و غیره توزیع شد.
- کاشت نهال حرا در محدوده جنگل های حرا در منطقه آزاد چابهار با هدف درختکاری و ارتقای فرهنگ زیست محیطی
- توصیه به عدم استفاده از پلاستیک، ظروف یک بار مصرف و بهره گیری از کاغذهای بازیافتی موسوم به کاغذهای بانکی در آثار چاپ شده از سوی سازمان منطقه آزاد چابهار، همواره در اولویت برنامه های اطلاع رسانی و فرهنگ سازی این حوزه قرار دارد. اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل سازمان برای نخستین بار در نشریه سازمان «سلام چابهار» از کاغذهای بازیافتی استفاده کرد.
- برنامه هفتگی پاک سازی و پایش اراضی و سواحل سطح منطقه از ابتدای مهرماه تا پایان سال ۱۳۹۶ در دستور کار مدیریت محیط زیست منطقه آزاد چابهار قرار دارد. بر اساس تقویم زمانی و برنامه مکانی این پاک سازی ها انجام شده و بازخورد بسیار مناسبی در بین آحاد مردم داشت.

بهداشت و درمان

عملکرد سازمان در حوزه بهداشت و درمان شامل خرید تجهیزات آزمایشگاهی و بیمارستانی، خرید آمبولانس، ویزیت رایگان و همچنین ساخت فضاهای بهداشتی و درمانی در شهر چابهار و روستای تیس را شامل می‌شود. نگاهی به این اقدامات نشان می‌دهد که تمامی آن‌ها ضروری بوده‌اند؛ اما آنچه اقدام اساسی از سوی سازمان می‌تواند به شمار آید، گسترش زیرساخت‌های بهداشت و درمان در منطقه است که یکی از اساسی‌ترین آن‌ها تأمین نیروی متخصص در این زمینه است.

اهم اقدامات سازمان در زمینه بهداشت و درمان به شرح زیر است:

- خرید ۲ دستگاه آمبولانس و تجهیز یک دستگاه از آن‌ها به ICU سیار
- مشارکت در راه‌اندازی بخش MRI بیمارستان امام علی (ع) چابهار
- همکاری با اداره بهداشت و درمان شهرستان چابهار برای اجرای طرح واکسیناسیون
- احداث سردخانه بیمارستان امام علی
- تکمیل ساختمان کلینیک در بخش‌های دیالیز و تالاسمی بیمارستان امام علی
- تجهیز بخش ICU بیمارستان امام علی
- ویزیت رایگان بیماران در درمانگاه منطقه آزاد

آموزش

کمبود نیروی انسانی متخصص علاوه بر حوزه بهداشت و درمان در حوزه آموزش عمومی و تخصصی نیز دیده می‌شود. باوجود برگزاری کارگاه‌های آموزشی، ساخت مدرسه و... طرح‌هایی مانند بورس دانش‌آموزان و ایجاد مدرسی مانند مدرسه دانا و توانا که می‌تواند با تربیت نیروی انسانی، حوزه آموزش را به لحاظ بنیادی تقویت و پایدار کند. همچنان در این حوزه نیازمند فعالیت هستیم. اهم اقدامات سازمان در زمینه آموزش به شرح زیر است:

- توزیع لوازم‌التحریر در میان دانش‌آموزان نیازمند جوامع هم‌جوار
- ساخت مدرسه در روستای کمب و روستای تیس
- اخذ مجوز مدرسه عالی هنر و صنایع خلاق مکران
- بورسیه تحصیلی دانش‌آموزان برای دبیرستان دانا و توانا.
- سازمان منطقه آزاد ۵۰ درصد کمک‌هزینه تحصیلی قبول‌شدگان دبیرستان دانشگاه منطقه آزاد چابهار را بر عهده می‌گیرد. دبیرستان دانشگاه (دانا و توانا) منطقه آزاد چابهار باهدف تربیت نیروی متخصص برای بخش‌های مختلف جامعه پایه‌گذاری شده است.
- برگزاری بیش از ۲۰ کارگاه آموزشی
- تأمین سیستم سرمایشی و اداری به ادارات آموزش و پرورش شهرستان چابهار، کنارک و ننگور
- احیا و بازگشایی دانشگاه بین‌المللی چابهار
- راهبردهای منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در انتقال دانش و فناوری عبارت‌اند از:
 - ۱- ارتقای کیفیت نیروی انسانی ۲- انتقال دانش مدیریت و فناوری تولید
- حمایت از دانش‌آموزان مدارس استثنایی و دانشجویان موفق بومی بی‌بضاعت شهرستان چابهار
- کمک به توسعه و تجهیز کلاس‌ها و تقویت بنیه علمی دانش‌آموزان.
- تجهیز اماکن آموزشی نواحی هم‌جوار به ملزومات آموزشی، اداری و سیستم، سرمایشی و هوشمند سازی کلاس‌های آموزشی

ورزش

یکی دیگر از اقدامات مهم سازمان در زمینه مسئولیت اجتماعی، عملکرد آن در زمینه ورزش است. این اقدامات شامل: حمایت از تیم‌های ورزشی و ورزشکاران انفرادی در رشته‌های مختلف، ساخت ورزشگاه ورنه، پیست شترسواری، زمین کریکت، ورزش‌های بومی و محلی، برگزاری جشنواره‌ها و... می‌شود. آنچه بیشتر احساس می‌شود، سازمان در زمینه ورزش می‌تواند انجام دهد، علاوه بر تداوم عملکرد گذشته، گسترش ورزش همگانی برای نیل به افزایش سلامت عمومی است. اهم اقدامات سازمان در زمینه ورزش به شرح زیر است:

- احداث ۳ هزار مترمربع زمین تمرین کریکت
- احداث ۵ هزار مترمربع پیست شترسواری
- احداث سالن ورزشی چندمنظوره ورنه به مساحت ۵۷۲۷ مترمربع
- حمایت از ورزشکاران و تیم‌های ورزشی

اداره ورزش و جوانان منطقه آزاد چابهار یکی از بازوهای اجرایی این سازمان است. خط‌مشی اساسی این اداره، توسعه ورزش، تربیت روح و جسم، آمادگی جسمانی، پر کردن اوقات فراغت جوانان و نوجوانان شهرستان چابهار و نواحی هم‌جوار آن است که در سیاست‌هایی همچون توجه به ورزش‌های همگانی، ورزش قهرمانی، برگزاری مسابقات ورزشی بین تیم‌های شهرستان، تعامل با ادارات و فدراسیون‌های ورزشی، حمایت از ورزش‌های مستعد قهرمانی از جمله ورزش کریکت (اکثریت اعضای تیم کریکت جمهوری اسلامی ایران متشکل از جوانان این منطقه است)، ورزش‌های آبی ساحلی، بومی محلی و قهرمانان ورزشی مناطق هم‌جوار هست. اهداف کلی سازمان از ارائه خدمات ورزشی رایگان به شهروندان و نواحی هم‌جوار، پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی، رفتارهای پرخطر، گرایانه و انحرافی نسل جوان و نوجوان، ایجاد انگیزش و بالفعل کردن پتانسیل و استعدادهای ورزشی، نهادینه کردن ورزش‌های همگانی در بطن جامعه، استفاده از ورزش برای وحدت و اتحاد ملی، صلح و دوستی بین اقشار جامعه، تزریق نیروی سرزندگی و ایجاد نشاط اجتماعی در بین مردم این منطقه است.

- آمار مقایسه‌ای استفاده‌کنندگان از اماکن ورزشی رشته‌های کریکت، فوتسال، وزنه‌برداری، والیبال، بدمیتون، بدن‌سازی، تنیس روی میز و... منطقه آزاد چابهار برای آموزش، استعدادیابی و تمرین. تعداد مسابقات ملی و بین‌المللی و مدال‌های کسب‌شده بین سال‌های ۱۳۹۳ تا دوماهه اول سال ۱۳۹۶ بدین ترتیب بوده است.

جدول شماره ۴- عملکرد سازمان در زمینه ورزش

سال	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	دوماهه اول ۱۳۹۶
استفاده‌کنندگان (نفر)	۵۳۰۰۰	۵۷۰۰۰	۸۴۰۰۰	۱۴۰۰۰
مسابقات ملی و بین‌المللی	۴۶	۵۲	۵۵	۸
مدال‌های کسب‌شده	۱۰	۱۸	۲۳	۱۱

- ارائه خدمات ورزشی رایگان به شهروندان و ساکنین محلات محروم و حاشیه‌نشین شهر، نواحی هم‌جوار سرمایه‌گذاران، کارکنان، تجار (در اختیار قرار دادن اماکن ورزشی و آموزش)
- برگزاری جشنواره ورزش‌های بومی و محلی با مشارکت اداره ورزش و جوانان استان و فدراسیون ورزش‌های بومی و محلی کشور.
- تقویت ورزش‌های آبی- ساحلی؛ (جذب و به‌کارگیری مربی درجه یک کشور برای آموزش دهی، مشارکت در اعزام تیم به مسابقات زیرگروه و مسابقات لیگ استانی و کشوری).
- برگزاری جشنواره ورزش‌های تفریحی همگانی (مسابقات شتر دوانی، کریکت، رالی، دارت، مچ اندازی، پرواز بادبادک‌ها، همایش پیاده‌روی، مجسمه‌سازی، ماهی‌گیری و ...)
- سامان‌دهی، توسعه و حمایت از برنامه‌های ورزشی و تجهیز تیم‌های فعال ورزشی محلات محروم و حاشیه‌نشین به ملزومات ورزشی و پر کردن اوقات فراغت
- برگزاری جشنواره ورزش‌های بومی و محلی با مشارکت اداره ورزش و جوانان استان و فدراسیون ورزش‌های بومی و محلی کشور

فرهنگ، هنر و گردشگری

سازمان منطقه آزاد چابهار در حوزه فرهنگ و هنر با برگزاری بیش از چهل جشنواره موضوعی و مناسبیتی مانند جشنواره مونسون، جشنواره نوروزی و... علاوه بر معرفی هنر و فرهنگ بومی منطقه سبب توسعه گردشگری نیز شده است. از طرف دیگر زیرساخت‌های کالبدی گردشگری مانند ساخت هتل، گسترش فرودگاهی و... نیز در دستور کار سازمان قرار دارد. نکته دارای اهمیت در زمینه گردشگری، منتفع شدن بیشتر مردم از گردشگری است که علاوه بر افزایش اشتغال، منجر به توسعه اقتصادی در منطقه می‌شود؛ از این رو یکی از اهدافی که برای مسئولیت اجتماعی سازمان در بحث گردشگری می‌توان تعیین کرد، گسترش منفعت عمومی حاصل از آن برای جامعه محلی است که این مهم به واسطه گسترش صنایع دستی، بوم گردی، ورزش‌های آبی و... می‌تواند محقق شود.

اهم اقدامات سازمان در زمینه فرهنگ، هنر و گردشگری به شرح زیر است:

- مشارکت با شهرداری شهرستان چابهار و کنارک در زیباسازی نمای شهری شهرستان چابهار و کنارک
- اجرای طرح لایتینگ باند فرودگاه بین‌المللی کنارک
- برگزاری اجلاس جهانی موزه‌های آسیا و اقیانوسیه به میزبانی منطقه آزاد چابهار
- برگزاری بیش از چهل جشنواره موضوعی و مناسبیتی
- میزان ورود گردشگران خارجی در سال ۱۳۹۱: ۴۶۰۵؛ در سال ۱۳۹۲: ۵۸۲۸؛ در سال ۱۳۹۳: ۵۵۷۱؛ در سال ۱۳۹۴: ۳۲۶۶ و در سال ۱۳۹۵: ۷۳۹۲ نفر بوده است.
- توسعه سطح ورزش و توریسم ورزشی
- برگزاری کارگاه‌های بوم گردی و هتلداری
- اخذ مجوز برای مدرسه عالی هنر و صنایع خلاق مکران

اجتماع محلی

حاصل تمامی تلاش‌ها و اقدامات، بهره بردن ذی‌نفعان بومی و نواحی هم‌جوار از عملکرد سازمان در زمینه سئولیت اجتماعی است. بیشتر اقدامات انجام‌شده در زمینه سئولیت اجتماعی سازمان نیز مانند اشتغال مولد، آسیب‌های اجتماعی، توانمندسازی، کاهش فقر، آبرسانی به روستاها و... برای جامعه محلی بوده است. ایجاد فرصت‌های شغلی از طریق استقرار صنایع و بنگاه‌های اقتصادی، ساخت مجتمع‌های تجاری و فراهم‌سازی محل کسب، توسعه کتابخانه‌ها، حمایت از مراکز ترک اعتیاد، توانمندسازی نیروی کار ماهر، کمک به افزایش نشاط اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی، حمایت از نخبگان محلی، حمایت از فعالیت اجتماعی زنان و... نشان از حرکت سازمان در این مسیر است؛ اما برای تقویت و تسریع حرکت آن می‌توان به اهداف اساسی و بنیادی مانند تأمین آب شرب منطقه، افزایش مهارت شغلی و بازتعریف فرهنگ کار، تقویت بنگاه‌های تولیدی و جایگزینی تولیدات به جای واردات در مبادلات تجاری منطقه، نوآوری در مشاغل سنتی، توانمندسازی اجتماع‌محور و استفاده از ظرفیت‌های طبیعی و اجتماعی اشاره کرد. حرکت سازمان در مسیر تحقق این اهداف علاوه بر توسعه اجتماع محلی، اجرای صحیح سئولیت اجتماعی سازمان منطقه آزاد را به همراه دارد.

اهم اقدامات سازمان برای اجتماع محلی به شرح زیر است:

- احداث ۲۶ واحد مسکونی از ردیف بودجه نهادهای حمایتی با مشارکت کمیته امداد امام خمینی (ره)
- همایش هم‌اندیشی فعالان اجتماعی در امور بانوان
- همایش پلیس امنیت و اصناف در منطقه آزاد چابهار
- همایش پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی در مناطق حاشیه‌نشین شهرستان چابهار
- همایش تقدیر از نخبگان جوان و سفیران مبارزه با مواد مخدر سواحل مکران
- برگزاری کارگاه توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد
- برگزاری کارگاه ازدواج آسان و تحکیم بنیاد خانواده ویژه بانوان حاشیه شهرستان چابهار

- برگزاری کارگاه مشارکت اجتماعی دانش آموزی باهدف ارتقاء سرمایه اجتماعی و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی در مدارس با مشارکت سازمان مردم‌نهاد و اداره بهزیستی
- برگزاری کارگاه آموزشی برای دانش آموزان مدارس ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان در سطح منطقه و شهرستان باهدف جلوگیری و پیشگیری از اعتیاد به مواد مخدر
- برگزاری جشنواره نشاط اجتماعی و اجتماعی کردن امر مبارزه با مواد مخدر با رویکرد ورزش
- برگزاری اجلاس آیورا (اجلاس روسای مناطق آزاد حاشیه اقیانوس هند) با مشارکت جوامع محلی و سازمان‌های مردم‌نهاد
- کمک برای کاهش فقر و حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر در راستای تحقق عدالت اجتماعی
- کمک به بهبود کیفیت زندگی، سلامت، امنیت غذایی و تربیت بدنی و...
- توانمندسازی بخش خصوصی و تعاونی
- توجه به نیازهای نسل جوان و مشارکت آن‌ها در فعالیتهای اجتماعی و حمایت از استعدادهای درخشان علمی، هنری و ورزشی
- ایجاد اشتغال مولد در قالب اداره کار و خدمات اشتغال سازمان و توانمندسازی نیروهای کار ماهر
- حمایت از برنامه‌های اجتماعی مؤسسات مردم‌نهاد و خیریه‌ها با رویکرد آموزشی و توانمندسازی و بهره‌گیری از پتانسیل جوامع محلی
- آزادسازی زندانیان بی‌بضاعت جرائم غیر عمد (برگزاری جشن گل‌ریزان با مشارکت اتاق بازرگانی و جامعه بازاریان)
- حمایت از مراکز ترک اعتیاد و سرپناه شبانه کارتن‌خواب‌های شهر چابهار (کمک مالی و تجهیز)
- حمایت از ایتم و نیازمندان شهرستان‌های چابهار، کنارک، نواحی هم‌جوار و مددجویان کمیته امداد و بهزیستی روستای تیس با اهداء سبد غذایی کالا

- توسعه و بازسازی فضای کتابخانه مرکزی شهرستان چابهار
- حمایت سازمان منطقه آزاد برای محرومیت‌زدایی بخش هم‌جوار با اولویت پروژه‌های حاشیه‌نشینی، کاهش آسیب‌ها و معضلات اجتماعی و توانمندسازی...
- توانمندسازی اجتماعی جوامع محلی
- اختصاص ۲ تانکر ۱۲ هزار لیتری برای آب‌رسانی به روستاهای گل‌ریزان و کمک به آزادسازی ۱۴۰ نفر از زندانیان جرائم غیر عمد
- توانمندسازی اجتماعات محلی از طریق نهادسازی برای تولید و ترویج علم و حمایت از مؤسسات مردم‌نهاد NGO ها
- کمک به ساختارهای لازم به منظور تقویت مبانی جامعه محلی
- مشارکت همگانی (جامعه محلی و مؤسسات مردم‌نهاد) جهت توسعه اخلاق، روحیه کارگروهي، سازگاري و رقابت‌پذيري در کلیه روابط اجتماعی
- تحقیق و افزایش سهم منطقه در تولیدات علمی و گسترش و تعمیق نهضت نرم‌افزاری و تأکید بر رویکرد خلاقیت و نوآوری
- ارتقاء سطح برخورداری اجتماعات منطقه از حقوق مدنی و انسانی و دسترسی به فرصت‌های برابر و کمک به ایجاد سازوکارهای لازم برای نهادینه شدن حقوق معنوی افراد
- همایش ملی روانشناسی و مدیریت آسیب‌های اجتماعی
- همایش دستاوردهای نوین تربیت‌بدنی
- همایش تقدیر از نخبگان جوان و سفیران مبارزه با مواد مخدر سواحل مکران

روستای تیس

سازمان منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در راستای انجام مسئولیت اجتماعی خود در روستای تیس و در حوزه آموزش و بهبود سرانه‌های آن از زمان شروع به کار خود در دهه ۷۰ اقدام به ساخت ۲ باب مدرسه در این روستا کرد و با مشارکت اداره کل نوسازی مدارس نیز در سال ۱۳۹۶ یک مدرسه ۱۲ کلاسه احداث کرد. سازمان منطقه آزاد در زمینه انجام مسئولیت اجتماعی خود در حوزه بهداشت و درمان نیز در دهه ۸۰ زمینی برای احداث درمانگاه در این روستا اختصاص داد و با انجام محوطه‌سازی خانه بهداشت، اقدام به خرید یک دستگاه یونیت دندانپزشکی برای تجهیز آن کرد تا شرایط بهداشت و درمان تیس را بهبود بخشد.

از اقدامات زیرساختی منطقه آزاد چابهار برای روستای تیس می‌توان، آسفالت کردن جاده ارتباطی این روستا با شهر را در دهه ۸۰ نام برد که در سال ۱۳۹۶ ورودی این روستا تعریض شد و به دلیل نقش مهم اسکله تیس در اشتغال ساکنین روستا که وابسته به دریاست در سال ۱۳۹۳ با مشارکت اداره شیلات بازسازی شد. سازمان منطقه آزاد چابهار برای حفظ بناهای تاریخی در دهه ۸۰ و ۹۰ اقدام به بازسازی و مرمت غارهای سه گانه و قلعه تاریخی پرتغالی‌ها کرد. در بحث غنی بخشی اوقات فراغت و ورزش، اهالی روستا چند آلاچیق و یک زمین چمن مصنوعی احداث کرده‌اند؛ همچنین سازمان منطقه آزاد چابهار برای هزینه‌های جاری روستا از جمله جمع‌آوری زباله، اصلاح معابر و... به صورت ماهیانه طبق جدول زیر کمک مالی می‌کند. یکی از اقدامات مهم سازمان منطقه آزاد چابهار در حوزه انجام مسئولیت اجتماعی خود در روستای تیس، اجرای پروژه شبکه آبرسانی به این روستاست که کار مطالعاتی آن از سال ۱۳۹۵ انجام و عملیات اجرایی آن در سال ۱۳۹۶ شروع شد و با احداث مخزن ۳ هزار مترمکعب و انجام انشعابات اصلی و فرعی به طول ۵۰ هزار متر در سال ۱۳۹۷ به بهره‌برداری می‌رسد. با توجه به کمبود آب آشامیدنی و حساسیت این موضوع در شهرستان چابهار به‌ویژه در روستای تیس، این پروژه می‌تواند یکی از برجسته‌ترین پروژه‌های منطقه آزاد در راستای انجام مسئولیت اجتماعی خود برای روستای تیس باشد.

جدول شماره ۵- عملکرد سازمان در روستای تیس

خدمات	زمان
ساخت ۲ باب مدرسه آسفالت مسیر اصلی روستا بازسازی غارهای سه گانه احداث زمین چمن مصنوعی خرید یونیت دندانپزشکی واگذاری زمین برای احداث درمانگاه پرداخت ماهیانه ۱۰۰-۱۳۰ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری	دهه ۷۰ و ۸۰
پرداخت ماهیانه ۱۵۰ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری	۱۳۹۰
پرداخت ماهیانه ۱۵۰ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری	۱۳۹۱
پرداخت ماهیانه ۱۵۵ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری	۱۳۹۲
پرداخت ماهیانه ۲۰۰ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری مشارکت با اداره شیلات برای بازسازی اسکله تیس	۱۳۹۳
محوطه‌سازی خانه بهداشت احداث آلاچیق تعریض جاده ورودی	۱۳۹۴
پرداخت ماهیانه ۳۵۵ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری	۱۳۹۵
پرداخت ماهیانه ۵۰۰ میلیون ریال برای هزینه‌های جاری ساخت مدرسه ۱۲ کلاسه اجرای شبکه آب‌رسانی با بودجه‌ای بالغ بر ۷۵۰۰ میلیون ریال	۱۳۹۶

اشتغال

یکی از مباحث مهم اجتماعی- اقتصادی مطرح کشور به‌ویژه منطقه آزاد چابهار، بحث اشتغال است که این موضوع به دلیل ظرفیت‌های طبیعی و استقرار منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار بیش‌ازپیش برجسته است. سازمان منطقه آزاد و همچنین شرکت‌های مستقر در منطقه به‌واسطه کارکرد خود و نیز مسئولیت اجتماعی خود بایستی در بهبود شرایط کار، کاهش بیکاری و افزایش مهارت شغلی تأثیرگذار باشند که بررسی این موضوع نشان می‌دهد که در این امر، موفقیت‌هایی حاصل شده است؛ اما فعالیت‌های بیشتری می‌طلبد.

اهم اقدامات سازمان و شرکت‌های مستقر در حوزه اشتغال به شرح زیر است:

- میزان اشتغال آفرینی فاز ۱ فولاد مکران ۴۰۰ نفر مستقیم و ۲۰۰۰ نفر غیرمستقیم است.
- ایجاد مزرعه پرورش کروکدیل که با سرمایه‌گذاری بالغ بر ۵۰ میلیارد ریال انجام شده است سالیانه حدود ۱۰۰۰ سر کروکدیل باهدف بازار آسیا و نیاز ملی ایجادشده است که بین ۱۵۰ تا ۵۰۰ نفر به‌صورت مستقیم اشتغال‌زایی به دنبال دارد.
- سایت پرورش شترمرغ در مساحتی به میزان ۱۲ هکتار که اشتغال حدود ۱۰۰۰ نفر را به دنبال دارد.
- کلنگ زنی برای ساخت مجتمع گلخانه‌ای هیدروپونیک در منطقه آزاد که دارای واحد آب‌شیرین‌کن، واحد تزریق پلاستیک برای تولید سبذ و پالت بسته‌بندی محصولات، واحد کشت بافت گیاهی، واحد بسته‌بندی و سورتینگ، نیروگاه برقی، واحد ورمی کمپوست و واحد فراوری است. ظرفیت تولید روزانه ۳۰۰ تن محصولات در زمینه به مساحت ۱۲۵ هکتار با سرمایه‌ای بالغ بر ۵۰۰ میلیون یورو انجام می‌شود که اشتغال مستقیم حدود ۳۰۰۰ نفر را به دنبال دارد. بازار هدف این مجتمع گلخانه‌ای کشورهای حوزه خلیج‌فارس هستند.
- در سال ۱۳۹۶ تعداد کل واحدهای تولیدی ۱۹۴ است که از این تعداد ۱۱۸ واحد فعال و ۱۶ واحد نیمه فعال و ۶۰ واحد غیرفعال هستند. این واحدها در سال ۱۳۹۶ دارای ۲۷۱۸ نفر شاغل بودند.

- در سال ۱۳۹۱ برای ۱۳۲۹؛ در سال ۱۳۹۲: ۱۴۰۰؛ در سال ۱۳۹۳: ۱۶۰۰؛ در سال ۱۳۹۴: ۳۰۰۳ و در سال ۱۳۹۵: ۳۶۱۶ نفر شغل در منطقه آزاد ایجاد شده است.
- حمایت از اشتغال‌زایی زنان سرپرست خانوار
- راهبردهای منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در اثرگذاری بر اقتصاد محلی عبارت‌اند از: ۱- تمرکز بر گردشگری ۲- تکمیل زنجیره تولید ۳- افزایش اشتغال مولد ۴- افزایش درآمد سرانه و رفاه نسبی
- راهبردهای منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در اثرگذاری در جلب مشارکت جوامع محلی عبارت‌اند از: ۱- توسعه مشاغل خانگی ۲- توسعه روستایی با تمرکز بر گردشگری روستایی و بوم‌گردی ۳- ارتقای دانش و مهارت
- زمان رسیدگی به درخواست سرمایه‌گذاری از ۱۲۰ روز به ۱۴ روز کاهش یافته است.
- زمان ثبت شرکت از ۳۰ روز به ۲ روز کاهش یافته است.