

میم، الف، کاف، الفبای کسب و کار

نداس توسعه

اولین موسسه مشاور دانش بنیان در طراحی و پیاده سازی
سیستم های مسئولیت اجتماعی شرکتی

بهار ۱۴۰۱

فهرست

۳ درباره بوکلت	
۶ درباره ندای توسعه	
۱۴ سخن مدیرعامل	
۱۷ آشنایی با کلیدواژه های مسئولیت اجتماعی شرکتی	
۲۴ معرفی کتاب در حوزه پایداری و مسئولیت اجتماعی	
۲۵ ویروس کرونا؛ زمانی برای به محک گذاشتن مسئولیت اجتماعی شرکتی	
۳۰ چشم اندازهای ایرانی به مسئولیت اجتماعی شرکتی	
۳۳ گزیده مقالات	
۴۸ چهارشنبه های CSR	
۵۶ راه های ارتباطی با ندای توسعه	

درباره ی بوکلت

مجموعه ای که پیش روی شما است برگرفته از دو سال تولید محتوا و فعالیت در حوزه مسئولیت اجتماعی و حاکمیت پایدار شرکتی در ندا توسعه شهروندان است. جمع آوری این مطالب در یک مجموعه واحد، جهت سهولت دسترسی مخاطبان و بهره مندی موثرتر از مقالات، اخبار، لایوها و گزارشات صورت گرفته است. ما در دو سال و نیم گذشته ۷ لایو، ۱۵ کلیپ آموزشی، بیش از ۴۰ خبر و ۱۰۰ محتوای آموزشی در حوزه مفاهیم و مبانی مسئولیت اجتماعی و حاکمیت پایدار شرکتی تولید نموده ایم. ندای توسعه همچنین مجری و مشاور در ۵ پروژه بوده است و ۶ کارگاه آموزشی در حوزه ESG و CSR برگزار کرده است. امید است که این مجموعه در مسیر پایداری کسب و کارها، مفید واقع شود.

حول هذه المجموعة

المجموعة التي امامكم، مأخوذة من انتاج المحتوي والنشاط في مجال مسؤولية الاجتماعية والحوكمة المستدامة للشركات في مؤسسه نداء التوسعة. من اجل ان نمكن لجمهورنا، سهولة الوصول والمنفعة الفعالة، لمقالاتنا، اخبارنا، البرامج المباشرة، التقارير، جمعنا هذه المحتويات في مجموعة واحدة .

هذا ما حققناه علي مدي عامين ونصف:

سبعة برامج مباشرة، خمسة عشر مقطعا تعليميا، اكثر من اربعين خبرا، مائة محتوى تعليميا، كل ذلك في مجال المفاهيم والأسس للمسؤولية الاجتماعية، وحوكمة الشركات المستدامة، ولقد كانت مؤسسة نداء التوسعة المنفذ والمشاور في خمسة مشاريع، ستة ورشات تدريبية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR و ESG). نأمل أن تكون هذه المؤسسة مفيدة في مسيرها علي طريق الاستدامة للاعمال.

About this booklet

The collection you see before you has been compiled of the two years, worth of activity and content production Neday Tosee has done in the field of CSR and ESG. In the past two years, we have held seven live discussions, created fifteen education videos, shared 40 news articles, and produced over a hundred educational resources specific to the field. Neday Tosee has also been a facilitator and consultant in five projects and has held six workshops for businesses regarding CSR and ESG. We hope that this collection proves helpful in the path of creating value in the enterprises through ESG and CSR strategies.

درباره ی ندای توسعه

ندای توسعه یک مرکز مشاوره تخصصی - مدیریتی در طراحی، پیاده سازی و ارزیابی استراتژی های مسؤلیت اجتماعی شرکتی و راهبری (حاکمیت) پایدار محیط زیستی و اجتماعی است. ما در ندای توسعه در مسیر بهبود شاخص های عملکردی اجتماعی، محیط زیستی و مدیریتی بنگاه و سازمان شما در کنارتان خواهیم بود. با بهره گیری از مقررات، استاندارد و رویه های روز جهانی در حوزه ESG و CSR و در یک چشم انداز بومی، ما در ندای توسعه بر این باوریم که اجرای استراتژی های مسئولانه در فرآیند کسب و کار می تواند به خلق ارزش های اجتماعی و محیط زیستی و اقتصادی منجر شود.

من نحن

في شركة نداء التوسعة، نحن نقدم الحلول والإقتراحات التي تمكن عملائنا من تعزيز استراتيجيات الاستدامة الخاصة بهم، وتصبح شركات اعمال ذات مسؤولية. هدف مجموعتنا هو تعريف، تسريع، وتعزيز خطط الإستدامة وكيفية أداءها وتنفيذها، من خلال تطوير الرؤية العملية والواقعية للشركات. نحن نجمع خبراء الإستدامة والحوكمة البيئية والاجتماعية. مع رؤيه وطموحات مشتركة، لإيجاد عالم عادل ومستدام. في هذه المجموعه نحن نناقش ونراقب الإتجاهات الحالية، وتبادل المعلومات حول المعايير الناشئة والمستجدة، ونسعي لأفضل الممارسات بخصوص التقارير والإبلاغ عن الإستدامة. خدماتنا في نداء التوسعة مصممة لتلبية المتطلبات الفورية لأي مشروع، بالإضافة إلي دمج الإستدامة في العمليات اليومية للشركات. المؤسسة ملتزمة بتزويد عملائها بإقتراحات وخدمات عملية، مبتكرة وفعالة، لمساعدتهم علي تحقيق اهدافهم في موضوع الإستدامة.

About us

At Nedayetosee, we provide solutions and suggestions that enable our clients to advance their sustainability strategies and become responsible businesses. The goal of our group is to define, accelerate and promote sustainability plans and performance by developing actionable and realistic insights for Corporations. We gather sustainability and ESG experts with shared vision and ambitions for a fair and sustainable world. We discuss and monitor current trends and share information on emerging standards and best practices regarding sustainability reporting. Our services are designed to meet the immediate requirements of a project as well as integrate sustainability into a company's daily operations. We will work with our client to identify their core social and environmental impacts as a corporate citizen. We are committed to providing our clients with a practical, innovative, and efficient suggestions to help them toward their sustainably goals.

ماموریت های ما

ما بر این امیدیم که در کنار یکدیگر، جهان بهتری را برای نسل های بعد به یادگار بگذاریم. در این مسیر، توسعه آگاهی و مهارت های حرفه ای و سازمانی به منظور دستیابی به یک توسعه پایدار را ماموریت و تعهد اصلی خود می دانیم.

اهداف ما

ما در ندای توسعه بر این باوریم که اجرای استراتژی های مسئولانه در فرآیند کسب و کار می تواند به خلق ارزش های اجتماعی، محیط زیستی و اقتصادی منجر شود.

سوابق و مجوزها

موسسه غیر تجاری نداتوسعه شهروندان در تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۰۴ به شماره ثبت ۴۹۲۴۴ به شماره ملی ۱۴۰۰۹۰۱۲۵۲۴ در اداره ی ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران به ثبت رسیده است.

ارزش های ما

ما در ندای توسعه حمایت آگاهانه از خود، دیگران، جامعه و محیط زیست را ارزش بنیادین می دانیم. ما به راستی، صداقت و برابری باورمندیم و همکاری و همفکری را تنها راه برون رفت از بن بست ها می انگاریم.

اعضای تیم ندای توسعه

بنیان گذاران



فاطمه شبه
هم بنیان گذار و
مدیر شبکه های اجتماعی



دکتر ندا کردونی
هم بنیان گذار
و مدیر عامل



سلوا بیروتی
هم بنیان گذار و
مدیر انفورماتیک

استراتژی سازی و گزارش دهی پایداری



زینب شفیعی
کارشناس مسئولیت اجتماعی



لیلا معین زاده
کارشناس ارشد محیط زیست،
کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار



غزل قنواتی
تحقیقات بازار



دکتر ندا کردونی
دکتری حقوق بین الملل
عضو شبکه متخصصین گواهی شده
پایداری سازمان جهانی گزارش دهی

تیم تولید محتوا



فاطمه شبه
مدیر شبکه های اجتماعی



زهرا بیروتی
کپی رایتر



حامد حلمی
مشاور سنو



سلوا بیروتی
مدیر انفورماتیک

تیم ترجمه



کیانا کردونی
مترجم انگلیسی



وحیده گندمی کال
مترجم عربی

امور اداری و مالی



علی گندمی کان
مشاور مالی



حسین بیروتی
روابط عمومی

مشاوران ارشد علمی



زینب شفیعی
کارشناس ارشد امور اجتماعی



لیلا معین زاده
کارشناس ارشد محیط زیست
و مدیریت کسب و کار



دکتر علیرضا کردونی
متخصص علوم داده



رضا گندمی کان
کارشناسی ارشد
طراحی و گرافیک

«میم، الف، کاف (مسئولیت اجتماعی کسب و کار)، الفبای کسب و کار» مسئولیت نامه و رهاورد ندای توسعه است که انتشارش همزمان شده است با شروع دوره ای جدید برای ما. خوشنود و مفتخریم که در بهار ۱۴۰۱ پس از ماه‌ها تلاش برای معرفی کسب و کارهای نوآور و خلاق برآمده از دانش علوم انسانی و مدیریت در اکوسیستم استارت آپی و دانش بنیان، توانستیم ندا توسعه شهروندان (ندای توسعه) را تبدیل به اولین موسسه مشاوره تخصصی دانش بنیان در حوزه «طراحی و پیاده سازی سیستم های مسئولیت اجتماعی شرکتی» نماییم. یک اتفاق ساده هرچند پرمعنا، مسیر ما را به سوی جهان مسئولیت اجتماعی و فعالیت های پایدار شرکتی سوق داد. ما اتفاق آشنایی با مسئولیت اجتماعی شرکتی را به رویای کسب و کارمان تبدیل کردیم. اینجا در حوالی شما، در ندای توسعه، ما دو سالی و اندی است که در حال کشف وادی های نو هستیم و در جستجوی معانی و رویکردهای متعهد به پایداری کسب و کارها به هر سو سرک می کشیم. آنچه که در ادامه می بینید و می خوانید داستان سفر ما است به دیاری که روزگاری نه چندان دور، نه تنها یک آرمان بود بلکه وصله ای ناجور در مسیر سود و منفعت کسب و کارها تلقی می شد. امروز اما مسئولیت اجتماعی شرکتی و یا پایداری اجتماعی، محیط زیستی و حاکمیتی شرکت ها، رنگ واقعیت به خود گرفته است و در حال تغییر چشم اندازه های حاکم بر کسب و کارها است. ما قدردان همه ی آن کسانی هستیم که در دو دهه ی گذشته در مسیر شناسایی مسئولیت اجتماعی در فضای کسب و کار ایران گام برداشتند و امروز سرمشق ما برای تلاشی خستگی ناپذیر هستند. تلاش و چشم انداز ما در ندای توسعه، همراهی با همه اشخاص و گروه هایی است که در مسیر توسعه پایدار ایران و جهان تلاش می کنند.

سخن مدیرعامل



رساله الرئيس التنفيذي

«ابجدیه المسؤولیه الاجتماعیه» هي رساله المسؤولیه وغنيمه مؤسسہ نداء التوسعه وقد تزامن اطلاقه مع بدايه دوره جديدہ بالنسبه لنا. نحن سعداء وفخورون اننا استطعنا بعد شهور من الجهود، ان نكون اول مؤسسہ استشاريه ومتخصصه وقائمہ علي المعرفه (knowledge-based institutions based on Iranian law) في مجال تصميم وتنسيق انظمه المسؤولیه الاجتماعيه للشركات في ايران.

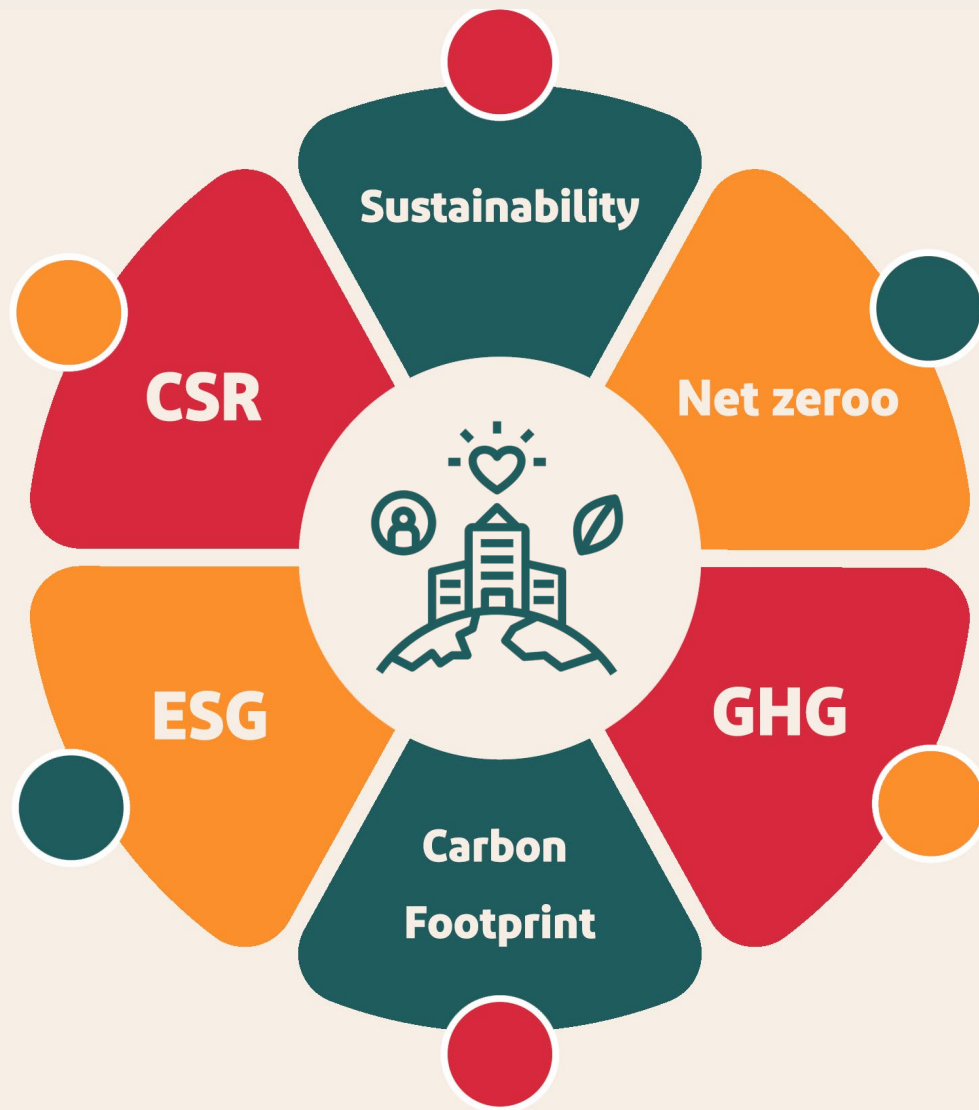
حدث بسيط ولكن ذات معني قادنا الي المسؤوليه الاجتماعيه للشركات، وانشطه الشركات المستدامه. نحن جعلنا تجربتنا في معرفه المسؤوليه الاجتماعيه للشركات، حلمنا للوصول الي اعمالنا التجاريه. هنا بالقرب منكم ، في مؤسسہ نداء التوسعه، لنا اكثر من سنتين نسعي لاكتشاف مجالات جديدة ، نحن نعمل بكل جهد ونسعي للتعرف علي الشركات والمؤسسات المتعهدہ بالاستدامه في العمل .ما ستقرآه هو قصة رحلتنا، سفرنا الي مكان « في زمن ليس ببعيد» لم يكن نموذج مثالي بل كان يتلقي كعائق في طريق الربح ومنفعة الاعمال والتجاره. اما في يومنا هذا، المسؤوليه الاجتماعيه للشركات ، او الاستدامة الاجتماعيه والبيئہ والحوكمة للشركات، اصبح واقعا ملموسا، وبسبب ذلك، الرؤيه الحاكمة علي الاعمال التجاريه في حالة تغيير.

نحن نقدر كل اولئك الذين ساروا علي طريق معرفة والعمل بالسؤولية الاجتماعيه، في بيئۃ الاعمال التجاريه في ايران، علي مدي العقدين الماضيين، واليوم هم قدوة لنا في السعي والجهد الدؤوب، الذي سنبدله في هذا المجال. ان جهودنا و رؤيتنا في المؤسسة هي مرافقة جميع الاشخاص والمجموعات، التي تسعي في طريق التنمية المستدامه، في ايران وفي كل العالم.

Message from CEO

“CSR, and the Alphabet of Business” is a collection of our activities over the past two years here at Nedaye Tosee, and its creation coincides with the start of a new era for us. We are proud to share that in the spring of 2022, we became the first specialized consulting institution (knowledge and technology based institutions based on Iranian law) in the field of designing and implementing corporate social responsibility systems, after months of striving to introduce innovate and creative sustainable management methods in the Iranian startup ecosystem.

A simple yet meaningful event led to us discovering the world of corporate social responsibility. We transformed that event into the goal of our institution. Now, Nedaye Tosee has been spending the last two years committed to searching for new approaches to push the field of sustainability forward. We are grateful to all those before us who, in the last two decades, have taken great strides towards recognizing and acknowledging corporate social responsibility for Iranian businesses and enterprises. The efforts and visions of Nedaye Tosee are to be a collaborative with individuals and groups alike in integrating CSR & ESG in their businesses, both in Iran and the world.



آشنایی با کلیدواژه های

مسئولیت اجتماعی

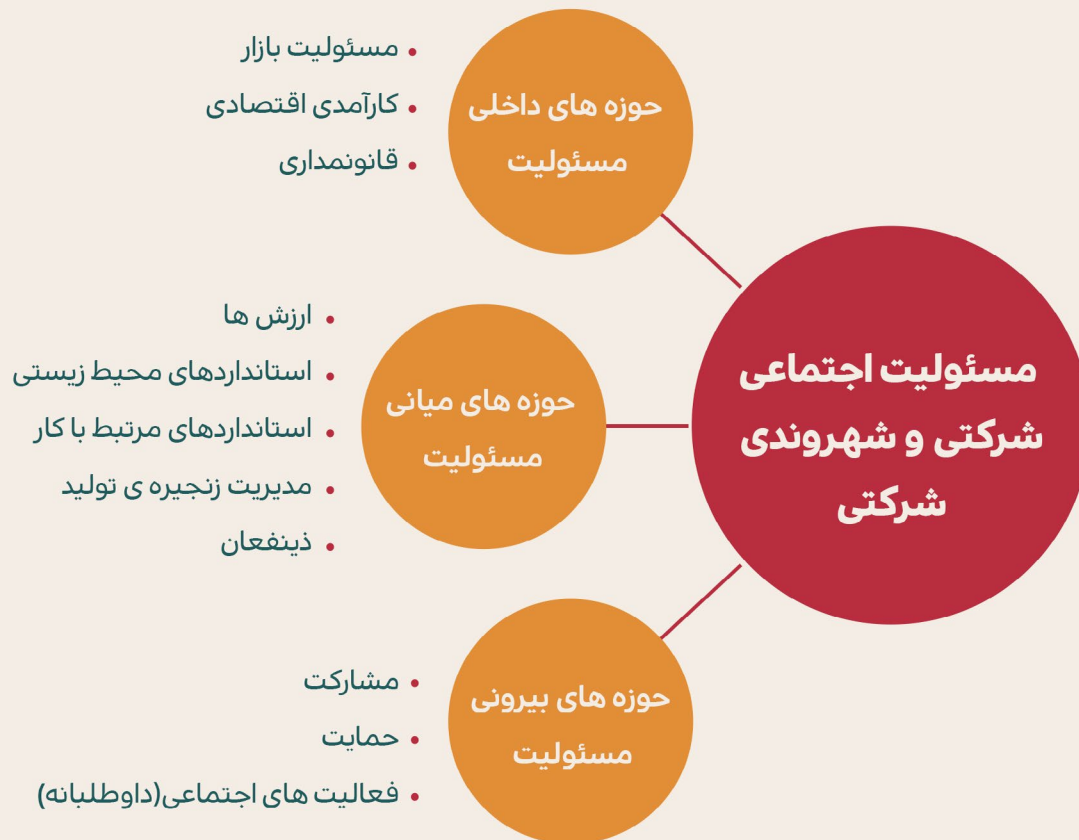
با رشد چشم اندازهای مسئولانه در تجارت، مفاهیم بسیاری در قالب یک ادبیات متنوع، ذیل اصطلاحاتی مانند مسئولیت اجتماعی، پایداری و حاکمیت اجتماعی محیط زیستی مطرح شده است. چقدر با این اصطلاحات، مفاهیم و ارتباط آنها با یکدیگر آشنا هستید؟

CSR

مسئولیت اجتماعی شرکتی یک مدل تجاری خودتنظیم گرایانه است. البته در سال های اخیر و در کشورهای مختلف چشم انداز به مسئولیت اجتماعی شرکتی، از یک مدل تجاری صرف فراتر رفته است. همچنین دولت ها و سازمان های بین المللی نیز در قاعده مند نمودن این حوزه گام هایی برداشته اند.

مسئولیت اجتماعی شرکتی بر پاسخگویی یک کمپانی به مجموعه ی خود، ذینفعان و حوزه ی عمومی تاکید دارد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی که شهروندی شرکتی نیز خوانده می شود، بر این مهم تاکید دارد که شرکت ها و سازمان ها به آثار فعالیت شان در اقتصاد، اجتماع و محیط زیست نگاه ویژه ای داشته باشند و فعالیت هایشان نه تنها اثر منفی در این سه حوزه نداشته باشد، بلکه آثار مثبت و پایدار ایجاد نمایند.



Sustainability

پایداری، اصطلاحی است که می تواند معانی زیادی داشته باشد. به طور کلی به نگرانی در مورد مسائل زیست محیطی و ایجاد تعادل در نحوه استفاده از منابع طبیعی اشاره دارد. اما در مسائل مربوط به نیروی کار و تصمیمات تجاری در مورد چگونگی مدیریت استفاده از منابع طبیعی و نحوه حفظ یک کسب و کار سالم نیز صدق می کند

نزدیک ترین واژه به مسئولیت اجتماعی که در برخی ابعاد، با یکدیگر همپوشانی معنایی نیز دارند، اصطلاح پایداری است. این واژه اما بیش از مسئولیت اجتماعی، ریشه در دغدغه های محیط زیستی دارد و البته در کنار اقتصاد سبز نیز قرار می گیرد



اصول حاکمیت

مشارکت | جوابگویی | تعهد | شفافیت





ESG

حکمرانی، اجتماعی و محیط زیستی در حوزه ی تجارت، سلسله ای از استانداردها و معیارها است که سرمایه گذاران برای ارزیابی کمپانی و شرکت های تجاری از آن استفاده می کنند

Carbon Footprint

«تاثیر به جا مانده کربن»

مقدار دی اکسید کربن و سایر ترکیبات کربن ساطع شده در اثر مصرف سوخت های فسیلی توسط یک شخص خاص ، گروه و غیره که در ارتباط با کمپانی های تجاری، به میزان انرژی است که یک بنگاه اقتصادی برای اجرایی کردن فعالیت هایش بدان نیاز دارد و در بیان بهتر، میزان مصرف الکتریسته، سوخت های فسیلی، مواد مورد استفاده در بسته بندی و ... یک بنگاه را مد نظر قرار دارد. این اصطلاح، بر بعد محیط زیستی فعالیت های مسئولانه تاکید می کند. به منظور اندازه گیری و شفاف سازی وضعیت یک بنگاه در ارتباط با «تاثیر به جا مانده کربن» استانداردها و نرم افزارهای متعددی وجود دارد که می تواند برای بنگاه های اقتصادی مفید باشید.



Net Zero

برآیند صفر یا (حذف آلاینده های گرم کننده ی زمین)
 یک اجماع بین المللی است که تا پایان سال ۲۰۵۰، به منظور مقابله با گرم شدن کره زمین، دی اکسید کربن تولید شده توسط انسان، کاملاً کنترل شده و به گونه ای متعادل گردد که اکوسیستم خود قادر به ایجاد توازن در این خصوص گردد. هدف بلند پروازانه ای که نیاز دارد همه ی بازیگران از جمله بنگاه های تجاری و اقتصادی به منظور تحقق آن به ایفای نقش پردازند

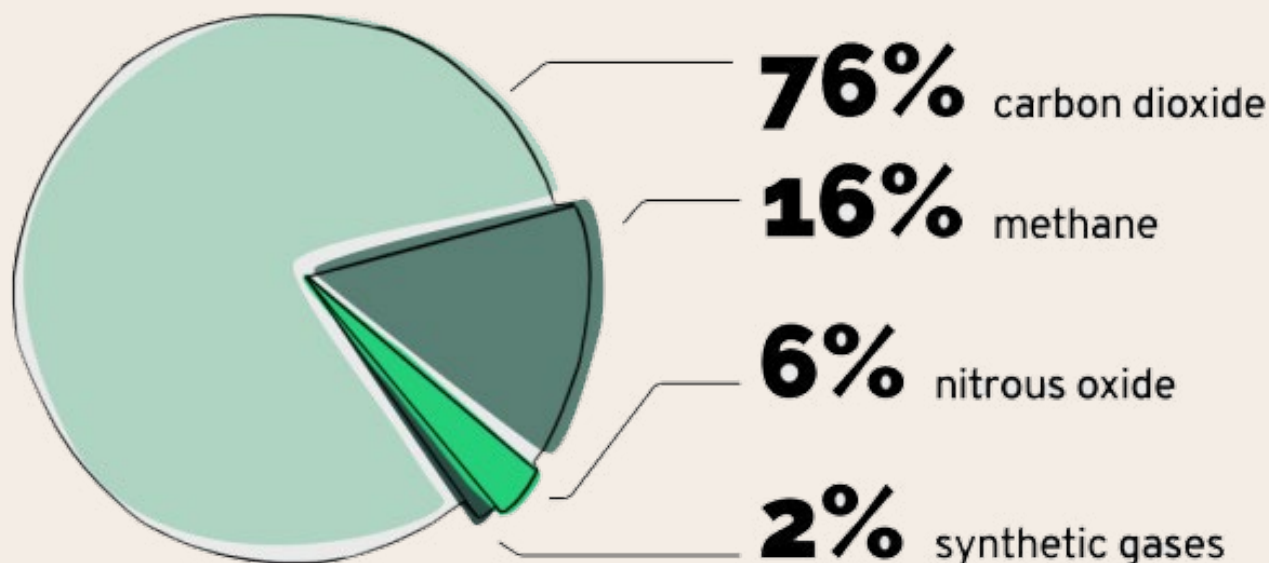


GHG

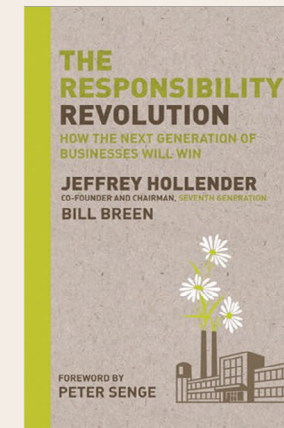
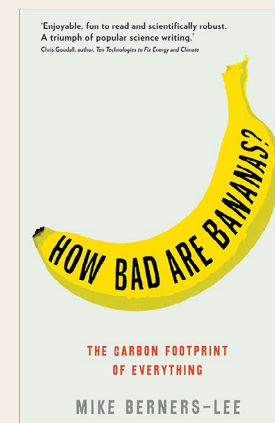
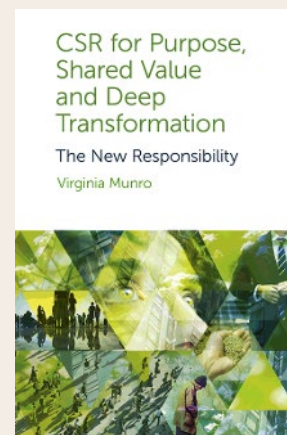
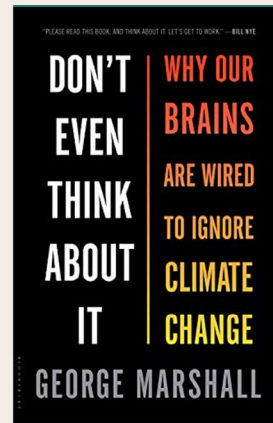
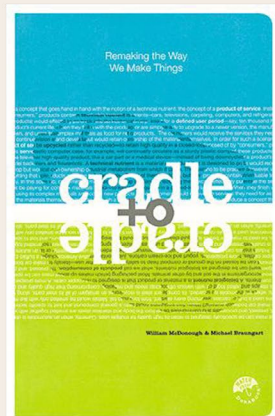
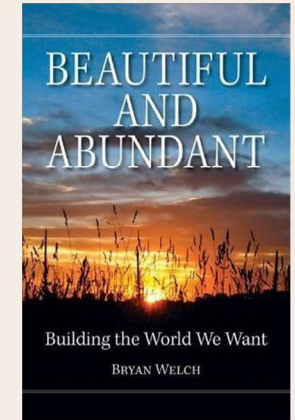
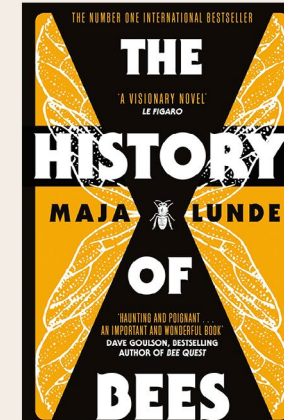
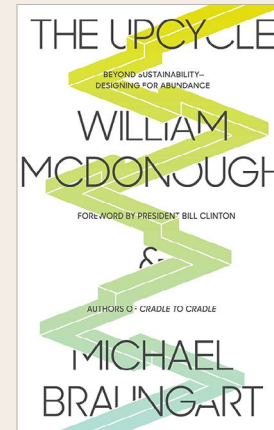
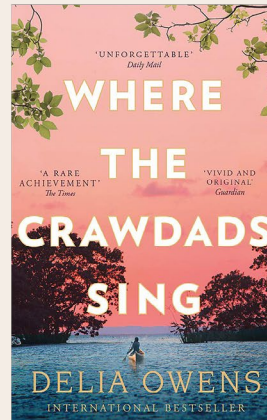
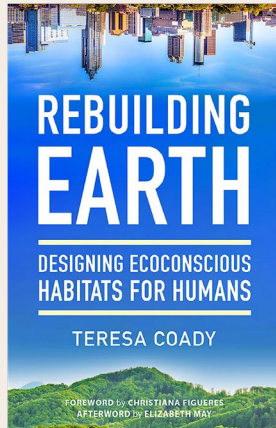
گاز گلخانه ای

معروف ترین گاز گلخانه ای، دی اکسید کربن است و البته در ماموریت تبدیل زمین به یک گلخانه که گرما قادر به خروج از آن نیست، تنها نیست.

ازدیاد گازهای گلخانه ای یکی از اصلی ترین چالشهای محیط زیستی و مبارزه با آن، یکی از سرفصلهای همه ی برنامه های توسعه ای و مسئولانه در بنگاه های اقتصادی است.



معرفی کتاب در حوزه پایداری و مسئولیت اجتماعی



ویروس کرونا؛ زمانی برای به محک گذاشتن مسئولیت اجتماعی شرکتی

اولویت های کمپانی های تجاری بزرگ در برابر ویروس کرونا



حمایت از کسب و کارهای کوچک

آمازون و گوگل، پرداخت های کلانی به کسب و کارهای کوچک اختصاص دادند



حمایت از امنیت اقتصادی نیروی انسانی

مایکروسافت، به نیروی ساعتی خود پرداخت های منظمی انجام داد



حمایت از سلامت روانی نیروی انسانی

استارباکس، پوشش بیمه ای را برای درمان های روانی کارمندانش افزایش داد

داستان کمپانی های تجاری بزرگ و مسئولیت اجتماعی شان در برابر کرونا

مدیر ارشد برنامه سازی و عملیات برای اثر بخشی اجتماعی شرکت نایک و گروه همکارش از آغاز همه گیری ویروس کرونا تاکنون اقدامات متفاوتی در حوزه ی مسئولیت اجتماعی خود انجام داده اند. آنها اعلام کرده اند علی رغم اینکه نایک یک شرکت جهانی است، اما به چشم اندازه های بومی نیز اهمیت بسیاری می دهد، از همین رو، جماعت های بومی، بخش اصلی، تلاش های روزمره ی این شرکت در حوزه ی مسئولیت اجتماعی را تشکیل می دهند. توجه به نیازهای مردمی که در شهرها و مناطق محل فعالیت مجموعه نایک زندگی می کنند، از این رو در رأس اولویت های مسئولیت اجتماعی این شرکت قرار داشته است. شرکت نایک در این دوران بیش از ۱۴۰ هزار کفش به ارزش ۵ میلیون دلار به ویژه به کادر درمانی اهدا نموده است. این شرکت همچنین با تبلیغات فراوان بر نقش اثر گذار قهرمانان ورزشی با ماندن در خانه و فرهنگ سازی در این خصوص تأکید نموده است. این شرکت همچنین به ارائه ی ماسک ها و عینک های محافظ به بخش درمان تلاش نمود به محافظت از مبارزین در خط مقدم با کوید نوزده پردازد. آنها همچنین تلاش نمودند در این دوران با استفاده بیشتر از شبکه های اجتماعی و امکانات دیجتالی به سلامت روحی و جسمی جامعه یاری برسانند.



درسی که می توان آموخت؟

نگاه مسئولانه به جامعه محل فعالیت، استفاده ی مطلوب از ظرفیت های تولیدی، تلاش برای حفظ و ارتقای بازاریابی و برندینگ شرکت و همچنین توجه به سایر بازیگران فعال (کادر درمان) در رویارویی با یک بحران، از امتیازات استراتژی شرکت نایک در حوزه ی مسئولیت اجتماعی است.



درسی که می توان آموخت؟

این استراتژی مسئولیت اجتماعی یک برنامه جامع و فراگیر است که به ابعاد مختلفی چون رفاه نیروی کار، حمایت از زنجیره تولید، کمک به جوامع محلی و اقدامات بنیادینی چون یافتن درمان برای کرونا پرداخته است. به عبارت بهتر؛ این شرکت تنها به یک حوزه خاص در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی نپرداخته است و با توجه به حیطة ی فعالیت خود که تولید مواد غذایی بوده است، بیشترین تلاش خود را بر ادامه ی فعالیت و عدم خلل در زنجیره ی تولید و توزیع متمرکز نموده است.

شرکت نستله بر این باور است که هدف بنیادین این شرکت که بالا بردن سطح کیفی زندگی انسان ها و مشارکت برای آینده ای سالم تر برای همگان است، در این دوران اهمیت دوچندان یافته است. این کمپانی تلاش دارد تا در این دوران سخت، نیازهای غذایی انسان ها و حیوانات خانگی به خوبی تأمین شود. اصلی ترین تلاش نستله در این دوران توانمند سازی اجتماعی است که عمده ی فعالیت های این کمپانی در آن ها صورت می گیرد. همکاری با صلیب سرخ و هلال احمر به منظور کمک به گروه های آسیب پذیر و همکاری با نهادهایی که در پی کشف و ساخت واکسن برای کرونا است، از دیگر برنامه های این شرکت بوده است. مهم ترین اقدام این شرکت در جهت مسئولیت اجتماعی، تلاش برای حفظ و بقای زنجیره تولید و توزیع مواد غذایی در دوران اپیدمی کرونا بوده است. دور کاری برای بخشی از نیروها، بالا بردن استانداردهای بهداشتی در کارخانه ها، لغو سفرهای تجاری بین المللی کارکنان، مرخصی های درمانی مناسب برای مبتلایان، پرداخت حقوق به کارمندان ساعتی که در دوران قرنطینه به کار مشغول نبودند به مدت سه ماه و کمک به کارمندان برای انجام نقش های پدر و مادریشان در دوران قرنطینه از دیگر اقدامات نستله بوده است.



اولویت ایکیا در دوران همه گیری کرونا، در جهت ایفای مسئولیت اجتماعی، ایمنی و سلامت کارکنان و نیروی انسانی، مشتریان و جامعه ی خود بوده است. با بازگشایی شعب این مجموعه، ایکیا به اجرایی نمودن دستورالعمل های بهداشتی اقدام نموده است، این اقدامات شامل: رعایت فاصله ی اجتماعی، ضدعفونی دست ها در فروشگاه ها با استفاده از مواد بهداشتی، کنترل مداوم حرارت کارکنان و ضدعفونی نمودن مداوم فروشگاه های ایکیا بوده است. در کنار این اقدامات، تیم مدیریتی مسئولیت اجتماعی ایکیا تعهد دارند که به شکل منظم، تصمیم گیری های خود در خصوص مواجهه با ویروس کرونا را مورد بازبینی و بازنگری قرار دهند تا انطباق مناسب تری با شرایط پیدا نمایند. ایکیا همچنین به بیمارستان های واقع در مناطقی که شدیداً تحت تأثیر کرونا قرار گرفته اند، کمک کرده است. تیم مسئولیت اجتماعی ایکیا زیر نظر مدیر پایداری این شرکت فعالیت می کند.

درسی که می توان آموخت؟
مسئولیت اجتماعی و ایفای آن، کاری پیچیده و ویژه نیست. شاید حتی بتوان اینگونه گفت که مسئولیت اجتماعی، انجام کارهایی ساده اما هدفمند و منظم است. اعمال ساده ای که می تواند کیفیت زندگی ما و جامعه ی ما را تغییر دهد.

چشم اندازهای ایرانی به مسئولیت اجتماعی شرکتی

اخیرا، مدیر عامل شرکت ایرانسل اعلام کرد با اختصاص ۵ میلیارد ریال و در همکاری با انجمن نذر طبیعت، به خرید تجهیزات مورد نیاز برای خاموش نمودن آتش جنگل های زاگرس کمک نموده است. همکاری با سازمان های مردم نهاد و استفاده از تخصص آنها، در جهت ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، یک استراتژی مناسب است. این همکاری ها معمولا به ابتکار و خلاقیت های اجتماعی کارآمدی منجر می شود. با تقدیر از این کنش مسئولانه ایرانسل، پیشنهاد می شود، به جامعه بومی منطقه ی زاگرس و سازمان های مردم نهاد آن حوزه در جهت توانمند سازی در راستای حفظ محیط زیست نیز یاری رسانده شود.



طرح ایجاد کمربند سبز گل گهر به سیرجان در مسیر اصلی سیرجان به شیراز موضوع قرارداد مابین معاونت پژوهشی دانشگاه تهران و شرکت معدنی و صنعتی گل گهر سیرجان است که مورد تقاضای این شرکت و همچنین بسیاری از شهروندان سیرجان بوده است. ۲۲ هزار پایه از گونه‌های مختلف نظیر گز شاهی، شورگز، قره داغ، زیتون تلخ، بادام کوهی، اکالیپتوس، آتریپلکس و ... بر اساس ویژگی‌های خاک مسیر کاشت شد.

با تقدیر از این اقدام مسئولانه که مبتنی بر همکاری نهاد دانشگاهی و یک شرکت صنعتی بوده است. پیشنهاد می‌شود دانشگاه تهران با توانمند سازی دانشگاه‌های منطقه، آنها را به منظور برنامه ریزی و نظارت در خصوص چنین اقدام‌های مسئولانه‌ای آماده نماید.



در فروردین ماه سال ۱۳۹۹ اعلام شد که بیمه سامان در راستای مسئولیتهای اجتماعی خود تمامی پژوهشگران و حامیان مالی پروژه ی درمانی کووید ۱۹ ب پلاسما را تحت پوشش بیمه مسئولیت مدنی قرار داده است و بانک سامان نیز ، ۷۰ درصد از حق بیمه سنگین این طرح را پوشش داده است. با تقدیر از این اقدام بنیادین در راستای مسئولیت اجتماعی و چند پیشنهاد: گزارش مستمر از پیشرفت این پروژه، اعلام دقیق هزینه های صورت گرفته به ذی نفعان و همچنین تنوع بخشی به سایر فعالیت ها در حوزه مسئولیت اجتماعی می تواند در ارتقای کیفی این خدمت و ارتقای اثر بخشی مجموعه ی سامان در جامعه مفید واقع شود.



گزیده ای از مقالات

تجربیات و رویه های شرکت ها
در حوزه مسؤلیت اجتماعی و
گزارش دهی پایداری



پایداری در صنعت مد
از افسانه تا واقعیت!



نتفلیکس،
تنوع جنسیتی، قومی و نژادی
نیروی انسانی خود را افزایش داد!

NETFLIX

آمار و ارقام ۱۵ گانه در خصوص
مسئولیت اجتماعی شرکتی



بسته بندی های دوست دار محیط زیست

صنایع آرایشی و بهداشتی چگونه می توانند به مسؤلیت اجتماعی خود عمل نمایند؟



ویزا کارت،
بسته ای از ویژگی ها و مزایای پایداری
را برای دارندگان کارت های خود
معرفی می کند!



برنامه های دولت فرانسه
برای تشویق بیشتر شرکت ها
به گزارش دهی پایداری



زنان در کارآفرینی های اجتماعی و محیط زیستی

چرا نیاز داریم بر روی کارآفرینان اجتماعی و محیط زیست زن بیش از پیش سرمایه گذاری کنیم؟



- برای دیدن محتوا در سایت بر روی عکس ها کلیک کنید

آمار پانزده گانه در حوزه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکتی

آمار CSR درباره باورهای مشتری و سرمایه گذار

۱. ۷۰ درصد از آمریکایی‌ها معتقدند که برای شرکت‌ها «تا حدودی» یا «بسیار مهم» است که دنیا را به مکانی بهتر تبدیل کنند.
۲. ۷۷ درصد از مصرف کنندگان انگیزه خرید از شرکت‌هایی را دارند که متعهد به تبدیل جهان به مکانی بهتر هستند، در حالی که ۷۳ درصد از سرمایه گذاران اظهار می‌دارند که تلاش برای بهبود محیط زیست و جامعه به تصمیمات سرمایه گذاری آنها کمک می‌کند.
۳. ۴۱ درصد از سرمایه گذاران نسل هزاره تلاش قابل توجهی را برای درک شیوه‌های CSR یک شرکت انجام می‌دهند، در مقایسه با تنها ۲۷ درصد از Gen X و ۱۶ درصد از Baby Boomer ها هستند.
۴. ۲۵ درصد از مصرف‌کنندگان و ۲۲ درصد از سرمایه‌گذاران به سیاست «تحمل صفر» در قبال شرکت‌هایی که از شیوه‌های قابل پرسش در جبهه اخلاقی استقبال می‌کنند، استناد می‌کنند. نکته مهم در اینجا واضح است: کسب‌وکاری که آگاهانه درگیر رفتارهای فریبکارانه یا مضرات اجتماعی یا محیطی باشد، درصد قابل توجهی از مشتریان بالقوه خود را از دست می‌دهد.
۵. اکثر مصرف کنندگان آمریکایی (۵۵ درصد) معتقدند که برای شرکت‌ها مهم است که در مورد موضوعات کلیدی اجتماعی، زیست محیطی و سیاسی موضع‌گیری کنند. با این حال، موضع‌گیری بدون خطر نیست. تا ۵۴ درصد از مصرف کنندگان می‌گویند که خرید از یک شرکت را به دلیل موضع عمومی آن در برابر این موضوع متوقف کرده‌اند، در حالی که ۴۸ درصد از سرمایه‌گذاران تصمیم گرفته‌اند به همین دلیل در یک شرکت سرمایه‌گذاری نکنند. ۳۸ درصد سرمایه‌گذاران پا را فراتر گذاشته و سهام خود فروخته‌اند.

آمار CSR درباره باورهای کارکنان

۶. ۹۳ درصد از کارمندان معتقدند که شرکت ها باید با هدف رهبری کنند.
۷. ۹۵ درصد از کارمندان معتقدند که کسب و کارها باید به نفع همه ذینفعان - نه فقط سهامداران - از جمله کارمندان، مشتریان، تامین کنندگان و جوامعی که در آنها فعالیت می کنند، باشد.
۸. نزدیک به ۷۰ درصد از کارمندان می گویند که بدون هدف قوی برای شرکتی کار نمی کنند.
۹. ۹۲ درصد از کارمندانی که در یک شرکت با هدف قوی کار می کنند، می گویند که به احتمال زیاد کارفرمای خود را به کسانی که در شبکه خود به دنبال شغل هستند توصیه می کنند.
۱۰. ۹۰ درصد از کارمندانی که در شرکت‌هایی با هدف قوی کار می‌کنند، می‌گویند که الهام‌بخش‌تر، باانگیزه‌تر و وفادارتر هستند.

آمار CSR درباره باورهای اجرایی

۱۱. تقریباً ۹۰ درصد از مدیران بر این باورند که یک حس قوی از هدف جمعی در سازمانشان باعث رضایت کارکنان می شود.
۱۲. تنها ۴۶ درصد از مدیران می‌گویند که سازمان‌هایشان در حال حاضر با حس هدفمندی کار می‌کنند.
۱۳. ۵۸ درصد از سازمان‌هایی که در حال حاضر حس هدفمندی قوی و روشنی دارند، در طول سه سال گذشته ۱۰ درصد یا بیشتر رشد کرده‌اند.
۱۴. ایجاد ارزش برای مشتری، تأثیر مثبت بر جامعه، و الهام بخشیدن به نوآوری و تغییرات مثبت، سه دلیل اصلی تأثیرگذار بر هدف سازمان هستند.
۱۵. تقریباً ۹۹ درصد از متخصصان CSR نشان می دهند که COVID-۱۹ بر تلاش ها و ابتکارات CSR آنها تأثیر داشته است

نتفلیکس از ۵۰ درصد کارکنان خود که نماینده زنان، نژادها و قومیت‌های مختلف هستند فراتر رفت

شرکت پیشرو خدمات سرگرمی، نتفلیکس، جزئیات جدیدی از ترکیب نیروی کار خود در ایالات متحده و جهان را فاش کرد. در این گزارش نشان داده شد که زنان در حال حاضر بیش از نیمی از کارکنان و پایگاه رهبری جهانی شرکت را تشکیل می‌دهند، و افرادی با پیشینه‌های نژادی یا قومیتی که از لحاظ تاریخی طرد شده‌اند، بیش از نیمی از نیروی کار ایالات متحده را تشکیل می‌دهند.

به طور کلی، این شرکت در سال ۲۰۲۱ از ۸۰۰۰ کارمند در سال ۲۰۲۰، به حدود ۱۰۰۰۰ کارمند و از ۶۳۰۰ کارمند در سال قبل، به ۷۳۰۰ کارمند در ایالات متحده رسید. بر اساس جنسیت، زنان در حال حاضر ۵۱٫۷ درصد از نیروی کار جهانی شرکت را تشکیل می‌دهند و ۵۱٫۱ درصد از پست‌های مدیریت و بالاتر را در اختیار دارند، در مقایسه این آمار در سال ۲۰۲۰، ۴۸٫۷ درصد و ۴۷٫۸ درصد بود.

نتفلیکس داده‌های نژادی و قومیتی را در ایالات متحده جمع‌آوری کرده و گزارش داده است که پیشینه‌های قومی و یا نژادی (از جمله از نژادهای آسیایی، سیاه پوست، اسپانیایی یا لاتین تبار، خاورمیانه یا شمال آفریقا، بومیان آمریکا و جزایر اقیانوس آرام) که از نظر تاریخی کنار گذاشته شده‌اند، اکنون ۵۰٫۵ درصد کارمندان را تشکیل می‌دهند که این رقم در سال ۲۰۲۰ کمتر از ۴۷ درصد بود.

مد پایدار ، افسانه یا واقعیت ؟

صنعت پوشاک و مد مانند اکثر صنایع، در تلاش به سمت توسعه پایدار و سازگاری با محیط زیست است، اما آیا این تلاش کافی بوده؟ روشهایی مانند بازیافت، فروش مجدد، اجاره لباس، استفاده مجدد و تعمیر لباسهای کهنه تا چه میزان موثر بوده است؟ بیش از ۲۰ سال است که این صنعت در تحقق تعهدات محیطی زیستی خود ناتوان بوده پس به تنهایی تلاشهای فردی ما برای مقابله با بزرگترین چالش قرن، تغییرات آب و هوایی کافی است؟! به عنوان مثال تولید پیراهن و کفش در ۲۵ سال گذشته ۲ برابر شده است که بطور میانگین $\frac{3}{4}$ این مقدار سوزانده و یا به عنوان زباله دفن می شوند. افزایش تولید به همراه رشد تقاضای مصرف کنندگان برای دستیابی به پوشاک ارزان و سریع و همچنین استفاده از مواد تجزیه ناپذیر بر پایه نفت یکی از علل کاهش پایداری این صنعت هستند. پس مد پایدار افسانه است!؟

تاثیرات زیست محیطی صنعت پوشاک

تاثیر منفی زیست محیطی این صنعت قابل اندازه گیری نیست اما بدون شک غیرقابل چشم پوشی است. جهانی شدن تجارت باعث شده تا بسیاری از شرکت ها در سطح جهانی گسترده شوند و زنجیره تامین و تولید پیچیده ای داشته باشند. تعداد شرکت هایی که کارخانه های تولیدی دارند روز به روز کمتر شده و اکثر شرکت ها تولید محصولات خود را به کشورهای دیگر می سپارند. لیندا گریر دانشمند و فعال محیط زیست میگوید: "تعداد بسیار کمی از برندها هستند که می دانند کالاهایشان از کجا تامین می شود و حتی تعداد کمتری از آنان برای کاهش اثرات کربن با تامین کنندگان روابط فعال ایجاد کرده اند." همین عدم شفافیت باعث می شود سهم این صنعت از انتشار کلی کربن در جهان بین ۴٪ تا ۱۰٪ تخمین زده شود.

مایکل استنلی جونز، یکی از دبیران اتحادیه سازمان ملل متحد برای مد پایدار، میگوید: «تمایل به فروش بیشتر و ترغیب مصرف کنندگان به خرید بیشتر، هنوز در DNA صنعت وجود دارد. لباس ها عمر بسیار کوتاهی دارند و به زباله دانی ختم می شوند.» سرعت این تردمیل لذت بخش همچنان به طور تصاعدی در حال افزایش است. پنج سال پیش گزارش شد که زمان تولید کوتاه تر به علت پیشرفت تکنولوژی و سیستم های تجاری جدید به برندها امکان می دهد خطوط تولید بیشتری معرفی کنند. ZARA هر سال ۲۴ مجموعه لباس جدید معرفی می کند و H&M هر سال ۱۲ تا ۱۶ مجموعه ارائه می دهد و هر هفته آنها را بروزرسانی می کند. این شتاب و اشاعه به روز بودن یک تلاش دائمی برای بازگرداندن مصرف کنندگان به سایت ها و فروشگاه های هر شرکت می باشد.

حتی همین میزان از شتاب در زمانی که شما این مطلب را می خوانید قدیمی و آرام به نظر می رسد. به عنوان مثال شرکت shein، یکی از سریعترین شرکت های تجارت الکترونیک در حال رشد در جهان است که در زمینه مد فعالیت می کند و بیشترین ترافیک وب را به خود اختصاص داده است. قیمت و تنوع محصولات این فروشگاه باعث شده تا برندهایی مانند ZARA و H&M گران و از مدافتاده به نظر برسند. این تنوع و قیمت ها باعث شده تا به مواد اولیه ارزان و در دسترس تر از مواد طبیعی روی آورده شود که در نتیجه، مصرف پلی استر بیشتر و به الیاف مصنوعی شماره یک جهان تبدیل شده است و اکنون بیش از نیمی از کل تولید الیاف جهانی را تشکیل می دهد. پلی استر از منابع تجدیدناپذیر مشتق شده است، به مقدار زیادی انرژی برای استخراج و پردازش نیاز دارد و آلاینده های قابل توجهی را وارد محیط زیست می کند.

مد پایدار موثرتر

صنایع اقدامات زیادی برای حرکت در این مسیر داشتند اما با بازنگری در ۴ حوزه می توان میزان اثربخشی این تلاش ها را بیشتر کرد:

۱. شفافیت

امروزه شرکت های مد گزارش عملکرد خود را به سازمان های جهانی و مطبوعات اعلام می کنند اما هنوز هیچ اطلاعات دقیقی از انتشار کربن کمپانی ها و مراکز تولیدی آنها که اکثرا برون سپاری هستند وجود ندارد. نیاز به یک چهارچوب و استاندارد برای بررسی کمپانی ها بیش از پیش احساس می شود.

۲. بازیافت

شاید بیش از حد این واژه به گوش شما رسیده باشد و صنعت از این اصطلاح اشباع شده است. اما واقعیت نشان می دهد تنها ۱ درصد از کل تولیدات صنعت مد بازیافت می شوند. مهم ترین عوامل بازدارنده، محدودیت های تکنولوژی بازیافت، تولید و تنوع زیاد محصولات و بی کیفیت بودن مواد بازیافتی هستند.

۳. مواد زیست پایه

محققان به دنبال مواد جایگزین برای مواد متداول مانند پلی استر هستند. بسیاری از این مواد به راحتی در طبیعت تجزیه می شوند و همچنین تمام کیفیت و زیبایی مواد پیشین را دارند. اما متأسفانه هزینه های سرمایه گذاری اولیه و مقاومت صنایع در برابر تغییرات باعث می شود هنوز تمایل به مواد نفتی ارزان و در دسترس بیشتر باشد با وجود اینکه هزینه های اجتماعی این اتفاق خیلی بیشتر است و آینده زمین ما را به خطر می اندازد.

۴. مدل های جدید تجارت

زندگی در سیاره ای با منابع محدود به ما القا می کند که باید به فکر توسعه مدل های جدید تجارت در صنعت مد باشیم تا امانتی که در اختیار ما قرار دارد به آیندگان منتقل کنیم. اکثر این مدل ها سعی دارند استفاده از منابع خام را کاهش و طول عمر محصولات را افزایش دهند اما آیا در صنعت مد هم اینگونه است؟

فروش مجدد

فروش مجدد اصطلاح جدیدی نیست. فروش در مراکز خیریه و فروشگاه ها از دیرباز وجود داشته است و حتی فروش این مجموعه ها از مراکز فروش آنلاین پوشاک دست دوم بیشتر است. اما اکثر مراکز کالاهایی که به آنها ارائه می شود را به دلیل قیمت و کیفیت پایین و از مد افتاده بودن رد می کنند. غم انگیز است که با توجه به تبلیغ های زیادی که در این زمینه می شود در ۱۰ سال گذشته بطور میانگین کمتر از ۰.۰۱ درصد کاهش انتشار کربن سهم فروش مجدد بوده است.

اجاره لباس

پیشگام در اجاره مد شرکت Rent the runway است. به گفته جنیفر هیمن مدیرعامل این شرکت "چشم انداز این بود که اشتراک گذاری را می توان تا کم دسترس داد." این مجموعه و سایر خدمات اجاره ای بطور پیوسته مزایای زیست محیطی را ترویج می کنند. اما تحقیقات نشان می دهد که این روش راه حل نهایی مد پایدار نیست و در مقایسه با خرید پوشاک جدید تنها ۳ درصد از دی اکسیدکربن کاسته است. درحالی که این مدل های جدید به دنبال جذب سرمایه هستند هنوز مشخص نیست که در بازار کسب و کار دوام داشته باشند. برای مثال شرکت Rent the runway پس از گذشت بیش از ۱۰ سال از راه اندازی، در سال گذشته نزدیک به ۴۸ میلیون دلار از درآمد خود را از دست داده است.

چه میتوان کرد؟

پیش بینی ها نشان می دهد که صنعت مد در دهه آینده به رشد خود ادامه خواهد داد و از تمام عوامل شتاب دهنده آن بیش از دستاوردهای مرتبط با مواد سازگار با محیط زیست و مدل های تجاری جدید تأثیر خواهد گرفت و در نتیجه باعث تشدید تعدادی از چالش های زیست محیطی دیگر از جمله کمبود آب و رشد میکروپلاستیکها می شود. پس چه کاری می توان انجام داد؟

دست کشیدن از پایداری!

کم کردن ناپایداری به معنی پایداری نیست. شرکت‌های مد همزمان تعهد خود را به پایداری نشان می‌دهند، در حالی که با پیشنهادهای نظارتی مخالفت می‌کنند. تنها راه نجات، گزارشهای پی در پی و اجباری، دقیقتر و با جزئیات نشان دهنده پیشرفت در مسیر پایداری است.

شاخص های عملکرد جدید

تولید ناخالص داخلی به علت محدودیتهای زیاد هرگز به عنوان هدف کلی سیستم در نظر گرفته نشده است. برای مثال، تعداد خودروهای تولیدی را محاسبه می‌کند، اما آلاینده‌هایی که تولید می‌کنند را محاسبه نمی‌کند. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی در حال سنجش یک شاخص عملکرد متفاوت با تمرکز بر "بهتر زیستن" است که شامل سرمایه اجتماعی، طبیعی، اقتصادی و انسانی است. تغییر معنای پیشرفت اجتماعی می‌تواند شرکت‌های مد را به تغییر شاخص های عملکرد کلیدی (KPI) خود نیز برانگیزد.

قوانین را بازنویسی کنید

دولت‌ها باید وارد عمل شوند تا شرکت‌ها، از جمله آن‌هایی که در صنعت مد فعالیت می‌کنند، سهم خود را به شکل جدی تری در قبال ایجاد تأثیر منفی خود بر روی کره زمین بپردازند. آنها باید اثرات خارجی منفی را قیمت گذاری کنند. برای مثال، کربن و آب باید مشمول مالیات شوند تا هزینه های اجتماعی را نیز شامل شود. این امر استفاده از این منابع را کاهش می‌دهد، منجر به نوآوری شرکت‌ها می‌شود و پذیرش انرژی های تجدیدپذیر را تسریع می‌کند. در عین حال، دولت‌ها باید قانون مسئولیت توسعه یافته تولید کننده (EPR) را اتخاذ کنند. چنین قوانینی تولیدکنندگان را ملزم می‌کند که هزینه های دفع کالاهای خود را از قبل پرداخت کنند. شما چه راهکارهایی پیشنهاد میکنید؟ آیا اکتفا به روشهای فردی و ضوابط جدید کفایت؟ آموزش چه نقشی در پایداری مد ایفا می‌کند؟ مد همیشه نشان دهنده فرهنگ جوامع بوده است، پس آیا می‌توان با کمک فرهنگ به مد پایدار رسید؟

مسئولیت اجتماعی شرکتی پیپسی

غول غذا و نوشیدنی، شرکت پیپسی، هدف جدیدی برای کمک به ۵۰ میلیون نفر برای دسترسی به غذاهای مغذی تا سال ۲۰۳۰ از طریق برنامه امنیت غذایی خود "Food for Good"، و گسترش پیشنهادات غذایی مقرون به صرفه خود به عنوان بخشی از استراتژی (Pep) +PepsiCo Positive قرارداد شده است.

+pep که در اوایل سال جاری راه اندازی شد، چارچوب پایداری گسترده جدید Pepsico است که شامل منابع این شرکت از مواد تشکیل دهنده، تولید و فروش محصولات، و الهام بخشیدن به مردم از طریق برندهای خود است. این چارچوب بر سه رکن از جمله کشاورزی مثبت، زنجیره ارزش مثبت، و انتخاب های مثبت تمرکز دارد.

به گفته این شرکت، تقریباً ۸۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان از گرسنگی رنج می برند و بیش از ۴۰ درصد از جمعیت جهان قادر به دریافت یک رژیم غذایی سالم نیستند.

برنامه "Food for Good" شرکت پیپسی، تغذیه دوران کودکی را در ایالات متحده هدف قرار می دهد، و امنیت غذایی را از طریق همکاری با رهبران محلی در مورد نیازهای آنها برای توسعه راه حل های جامعه محور با یکدیگر ارتقا می دهد. شرکت هم اکنون تصمیم دارد تا این برنامه را در سطح جهانی گسترش دهد، با شرکای محلی در همه جای دنیا همکاری کند و سرمایه گذاری در راه حل هایی که دسترسی به غذای مغذی را افزایش می دهد و بهره وری و درآمد کشاورزان کوچک را افزایش دهد.

این شرکت برخی از سرمایه گذاری های جدید خود، از جمله کمک مالی ۱ میلیون دلاری به برنامه جهانی غذا (WFP) را برای بهبود نیازهای امنیت غذایی برای جوامعی که تحت تأثیر تغییرات آب و هوایی، درگیری ها، بلایای طبیعی و بحران های بشردوستانه قرار گرفته اند، تشریح کرد.

پیپسی اعلام کرد که هدف جدیدش متفاوت و افزون بر حمایت اخیر شرکت از تعهد بخش خصوصی در حوزه ی Zero Hunger است، و شامل تعهد ۱۰۰ میلیون دلاری در ابتکارات مثبت کشاورزی و امنیت غذایی تا سال ۲۰۳۰ است.

کارآفرینان زن در استارت آپ های اجتماعی و محیط زیستی: فرصت ها و چالش ها

دسترسی به سرمایه چالش اصلی است که کارآفرینان زن با آن مواجه هستند. با شواهدی که نشان می دهد بانک ها علیه آنها تبعیض قائل می شوند. در سال ۲۰۱۷، تنها ۲ درصد از سرمایه گذاری خطرپذیر در ایالات متحده به استارت آپ هایی اختصاص یافت که تماماً توسط زنان تأسیس شده بودند.

در مبارزه مقابل تغییرات آب و هوا، کارآفرینی و نوآوری - معروف به "تکنولوژی آب و هوا" - ضروری است. زنان در مقایسه با مردان بیشتر تحت تاثیر تغییرات آب و هوایی قرار می گیرند، و با این حال تکنولوژی آب و هوا یکی زمینه ی مردانه است. در کانادا، از هر ۱۰ بنیانگذار کسب و کار فناوری آب و هوا، تنها یک نفر زن هستند و تنها ۱۹ درصد استارت آپ های فناوری آب و هوا حداقل یک مؤسس زن دارند. وقتی نوبت به ایجاد راه حل های اقلیمی می رسد، دیدگاه زنانه به شدت کم است.

سرمایه گذاری بر روی کارآفرینان زن بازدهی بالاتری را برای کل جامعه ایجاد می کند، زیرا زنان بیشتر از مردان درآمد خود را در خانواده خود سرمایه گذاری می کنند و از آنجایی که مشاغلی که توسط زنان تأسیس شده اند، ۲.۵ برابر بیشتر از مشاغل مردانه استخدام می کنند، توانمندسازی کارآفرینان زن نیز به این معنی است که زنان بیشتری می توانند به فرصت های شغلی دسترسی داشته باشند. اگر زنان می توانند به پست های رهبری در این زمینه دست یابند، به ثروت آفرینی و کاهش شکاف ثروت جنسیتی کمک می شد.

چالش هایی که کارآفرینان زن با آن ها مواجه می شوند:

دسترسی به سرمایه چالش اصلی است که کارآفرینان زن با آن مواجه هستند. با شواهدی که نشان می دهد بانک ها علیه آنها تبعیض قائل می شوند. در سال ۲۰۱۷، تنها ۲ درصد از سرمایه گذاری خطرپذیر در ایالات متحده به استارت آپ هایی اختصاص یافت که تماماً توسط زنان تأسیس شده بودند.

زنان با مشکلات دیگری نیز روبرو هستند. در آسیا و اقیانوسیه، مطالعات نشان داده است که زنان تقریباً چهار برابر بیشتر از مردان کارهای مراقبتی بدون دستمزد را انجام می‌دهند، به این معنی که زمان و انرژی کمتری برای مهارت‌آموزی، ساعات کاری اضافی و شبکه‌سازی دارند. گرین‌تک همچنین مبتنی بر STEM است و بخش‌های STEM تحت تسلط مردان است و تنها ۵ درصد از موقعیت‌های رهبری در بخش فناوری بریتانیا در اختیار زنان است. مشکل از سطح تحصیلات شروع می‌شود و تنها ۳ درصد از زنان در انگلستان می‌گویند که شغل در زمینه فناوری اولین انتخاب آنهاست. فقدان الگوهای نقش زن نیز مانعی برای کارآفرینان جوان فناوری سبز است.

چگونه می‌توانیم به نابرابری جنسیتی در کارآفرینی آب و هوایی رسیدگی کنیم؟

- انکوباتورها و شتاب دهنده ها
- تلاش برای استخدام زنان در بخش های فناوری و سبز
- تلاش برای انتصاب زنان بیشتر در هیئت مدیره شرکت های سرمایه گذاری خطرپذیر و بانک ها

برنامه های دولت فرانسه برای تشویق بیشتر شرکت ها به گزارش دهی پایداری

مبارزه با سبز شویی در رأس برنامه های فرانسه به منظور توسعه فرهنگ گزارش دهی پایدار قرار دارد. تنظیم کننده بازار مالی فرانسه، The Autorité des marchés financiers (AMF) از انتشار اولویت های اصلی خود برای سال ۲۰۲۲ خبر داد. در میان محورهای اصلی شناسایی شده توسط تنظیم کننده، توسعه استانداردهای گزارش دهی پایداری و محافظت از سرمایه گذاران در برابر خطرات سبز شویی بود.

سایر زمینه های اقدام کلیدی در فهرست اولویت های AMF شامل مشارکت در ابتکارات تحت رهبری اتحادیه اروپا است، زیرا فرانسه ریاست شورای اتحادیه اروپا را در نیمه اول سال بر عهده می گیرد، و همچنین فشار برای چارچوبی اروپایی که از سرمایه گذاران خرد حمایت می کند و در عین حال دسترسی آنها به بازارهای سرمایه را تسهیل می کند و به نوسازی اقدامات نظارتی خود ادامه می دهد.

برای سال جاری، ESG و حوزه های اقدام مالی پایدار مشخص شده توسط AMF شامل کمک به صادرکنندگان در اجرای طبقه بندی اتحادیه اروپا (تاکسونومی)، کمک به طرح های اروپایی در توسعه استانداردهای گزارش دهی پایداری از جمله تلاش برای ایجاد استانداردهای بین المللی تحت ISSB، و آماده سازی بازار برای لازم الاجرا شدن CSRD می باشد.

در سپتامبر سال گذشته، AMF نتایج مطالعه ای را ارائه کرد که نشان می داد سرمایه گذاران از سرمایه گذاری پایدار و مسئول به دلیل کمبود شفافیت و ترس از سبز شویی، دور می مانند. به منظور کمک به تسهیل تلاش ها برای تامین مالی گذار به اقتصاد بدون کربن، اولویت های امسال شامل اقدامات متعددی برای مقابله با خطر سبز شویی است.

علاوه بر این، AMF ترویج توسعه برچسب ها و استانداردهای محصولات مالی را شناسایی کرد تا به رشد مستمر بودجه به سمت فعالیت ها و سرمایه گذاری های پایدار کمک کند. تلاش ها در این زمینه شامل حمایت از ایجاد یک استاندارد داوطلبانه در مورد «اوراق قرضه سبز اروپایی» و همچنین استانداردهای مربوط به انواع جدید اوراق قرضه پایداری، مانند اوراق قرضه انتقالی یا اوراق قرضه مرتبط با پایداری خواهد بود.

ویزا کارت، بسته ای از ویژگی ها و مزایای پایداری را برای دارندگان کارت های خود معرفی می کند

شرکت فناوری پرداخت جهانی ویزا امروز از راه اندازی Visa Eco Benefits، بسته جدیدی از مزایا و ویژگی های پایداری با هدف تشویق و توانمندسازی رفتارهای مصرف پایدار توسط دارندگان کارت های خود، خبر داد.

انتظار می رود بسته جدید که برای کمک به صادرکنندگان حساب در برآوردن تقاضای مصرف کننده آگاهانه از آب و هوا طراحی شده است، شامل یک ماشین حساب ردپای کربنی باشد که به دارندگان کارت، قدرت تخمین ردپای کربنی مصارفشان را می دهد.

اولریش پیچ، یکی از بنیانگذاران و مدیر اجرایی ecolytiq گفت:

”پایداری یکی از چالش های زمانه ی ماست، و در عین حال یکی از بزرگترین فرصت ها برای صنعت مالی است. صنعت مالی که به ابزارهای مناسبی مانند بسته Visa Eco Benefits مجهز است، با آموزش میلیون ها مصرف کننده در مورد تأثیر آن ها و با توانمندسازی آنها برای انجام اقدامات موثر آب و هوایی برای ساختن آینده پایداری که همه ما شایسته آن هستیم، به نیروی محرکه ای برای تغییر تبدیل می شود.“

ویژگی های دیگر این خدمت، عبارتند از توانایی دارندگان کارت برای جبران تأثیر انتشار گازهای گلخانه ای، آموزش شخصی سازی شده برای فعال کردن مصرف پایدارتر، کمک های مالی به سازمان های زیست محیطی هنگام استفاده از کارت های ویزا، پاداش به دارندگان کارت برای رفتارهای پایدار و استفاده های دیگر از فرصت های کارت پایدار.

بسته جدید Visa Eco Benefits ابتدا در اروپا در دسترس خواهد بود و در سال آینده در سطح جهانی برای مشتریان ویزا عرضه خواهد شد.

بسته بندی های دوست دار محیط زیست

صنایع آرایشی و بهداشتی چگونه می توانند به مسؤلیت اجتماعی خود عمل نمایند؟

شرکت زیبایی پرستیژ Estée Lauder Companie امروز اعلام کرد که به کنسرسیوم شریک Pulpex ملحق شده است، همکاری شرکت های کالاهای بسته بندی شده پیشرو که به توسعه بسته بندی های کاغذی اختصاص دارد.

Pulpex اولین فناوری در نوع خود است که بطری هایی را از خمیر چوب با استفاده از ۱۰۰٪ مواد اولیه تجدیدپذیر از جنگل هایی که مسئولانه مدیریت می شوند، می سازد. Pulpex در سال ۲۰۲۰ با همکاری شرکت مدیریت ریسک Pilot Lite و شرکت نوشیدنی الکلی Diageo راه اندازی شد. شرکای دیگر در کنسرسیوم عبارتند از:

ELC اولین شریک زیبایی است که به Pulpex می پیوندد و این فرصت را دارد که فناوری بطری سازی کاغذ را در مجموعه برند خود گسترش دهد. در اوایل این ماه، این شرکت از مجموعه ای از اهداف بسته بندی پایدار جدید پرده برداری کرد که هدف آن افزایش استفاده از مواد بازیافتی و کاهش استفاده از پلاستیک بکر است. این شرکت اعلام کرد که مقیاس پذیری فناوری Pulpex از تعهد آن برای کاهش میزان پلاستیک خام نفتی در بسته بندی های خود به ۵۰ درصد یا کمتر تا پایان سال ۲۰۳۰ پشتیبانی می کند.

ELC چندین مشارکت بسته بندی پایدار را در چند ماه گذشته راه اندازی کرده است، از جمله همکاری با شرکت مواد تخصصی Eastman، برای ترکیب یک خط جدید توسعه یافته از پلی استرهای بازیافتی مولکولی، با استفاده از محتوای ۱۰۰٪ بازیافتی، و با شرکت فناوری قالب گیری مواد Roctool برای توسعه و پیاده سازی راه حل های بسته بندی پایدار را برای محصولات خود و کاهش ضایعات به میزان قابل توجه.

دانیل راموس، معاون ارشد بسته بندی جهانی در ELC گفت:

«بررسی مواد جایگزین و مفاهیم مسئولانه‌تر در طراحی بسته‌بندی ما یک ضرورت استراتژیک است، اما می‌دانیم که به تنهایی نمی‌توانیم این کار را انجام دهیم. نوآوری، مقیاس‌بندی کلیدی برای راه‌حل‌های بسته‌بندی پایدار خواهد بود. در شرکت‌های Estée Lauder، مدت‌هاست که اهمیت مشارکت در بین صنایع را در کمک به ایجاد تغییرات معنادار درک کرده‌ایم. همکاری نقش مهمی در دستیابی به اهداف آرمان‌گرایانه‌ی ما دارد و به عنوان بخشی از کنسرسیوم Pulpex، مفتخریم که به پیشبرد راه‌حل‌ها نه تنها برای برندها و مصرف‌کنندگان، بلکه برای صنعت در کل کمک می‌کنیم.»

چهارشنبه های CSR

موسسه ندای توسعه به منظور ترویج و توسعه فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی، سلسله گفت و گوهای زنده ای با محوریت مسئولیت اجتماعی شرکتی و گزارش دهی پایدار ارائه می نماید.

معرفی پیشگامان و متخصصین حوزه CSR و Sustainability و بهره مندی از تجارب فردی و سازمانی این افراد، معرفی دستاوردها و دانش نو در این حوزه، تحلیل و بررسی عملکرد شرکت های داخلی و خارجی در حوزه مسئولیت اجتماعی و گزارش دهی پایدار، آگاهی بخشی در خصوص جایگاه و اهمیت فعالیت های مسئولانه شرکت ها و سازمان ها در توسعه پایدار و عادلانه در جامعه، از اهداف این سلسله گفت و گوهاست.

موضوعات و مهمانان چهارشنبه های CSR:

- روایت اول : CSR از چه سخن می گوید؟ - آقای حسین توحیدی
- حکایت اول : معرفی و مروری بر استاندارد مسئولیت اجتماعی و خیر جمعی - خانم ندا کردونی
- روایت دوم : CSR در ایران - آقای امین سرتیپی
- حکایت دوم : نگاهی بر استانداردهای بین المللی در حوزه پایداری و مسئولیت اجتماعی بنگاه های تجاری - خانم ندا کردونی
- روایت سوم: محیط زیست و پایداری شرکتها؛ یاران جدانشدنی - خانم نگار قدیمی
- روایت چهارم : چیستی و چرایی تنظیم گری با محوریت مسئولیت اجتماعی شرکتی - آقای مهدی هداوند
- روایت پنجم : چشم اندازهای آکادمیک به حاکمیت پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکتی - آقای حسینون و خانم پاسدار



روایت اول: گفت و گو با آقای حسین توحیدی، مدیر مؤسسه بنگاه های مسئولیت پذیر

در این گفت و گو که با میزبانی دکتر ندا کردونی، هم بنیان گذار ندای توسعه صورت گرفت، آقای توحیدی از فعالیت های خود در گسترش دانش و فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی و فراز و فرودهای این حوزه در ایران سخن گفتند. ایشان همچنین نکات ارزنده و کلیدی در خصوص ماهیت و چیستی مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی و ضرورت پیاده سازی رویکردهای مبتنی بر توسعه پایدار در بخش خصوصی و کسب و کارهای تجاری ارائه نمودند.



حکایت اول: معرفی و مروری بر استاندارد مسؤلیت اجتماعی و خیر جمعی (۲۶۰۰۰)

حکایت اول ما در ندای توسعه، به منظور معرفی و مرور اجمالی استاندارد مسؤلیت اجتماعی و خیر جمعی که در سال ۱۴۰۰ در سازمان ملی استاندارد منتشر شد، صورت گرفت. در این برنامه، ندا کردونی از روند انتشار این استاندارد در ایران که مبتنی بود بر تجربیات ایشان در تدوین آن سخن گفت و کلیاتی در خصوص نحوه ی صدور استانداردهای ملی و ارتباط آن با استانداردهای سازمان بین المللی استاندارد مطرح نمودند.



روایت دوم: گفت و گو با امین سرتیپی، مدیر ارشد پایداری و تعامل با ذینفعان شرکت خدمات ارتباطی ایرانسل

در این گفت و گو که با میزبانی دکتر ندا کردونی، هم بنیان گذار ندای توسعه صورت گرفت، آقای سرتیپی از تجربیات خود در حوزه اجرا و آموزش مسؤلیت اجتماعی شرکتی از آغازین سالهای آشنایی فضای کسب و کار ایران با ایران سخن گفتند. ایشان همچنین از چالش های اجرایی کردن استراتژی های مبتنی بر مسؤلیت اجتماعی شرکت در بنگاه های تجاری، نکات ارزنده ای را مطرح نمودند.



حکایت دوم : نگاهی بر استانداردهای بین المللی در حوزه پایداری و مسؤلیت اجتماعی بنگاه های تجاری

در این برنامه، دکتر ندا کردونی با معرفی چند استاندارد و چارچوب بین المللی در خصوص گزارش دهی پایداری، مروری کوتاه بر ضوابط و هنجارهای این حوزه و تفاوت های این استاندارد و چارچوب ها با یکدیگر نمودند. همچنین در این برنامه استاندارد GRI به عنوان استاندارد پیشگام در حوزه گزارشدهی پایداری در جهان معرفی شد.



روایت سوم: گفت و گو با نگار قدیمی کارشناس و نویسنده در زمینه پایداری شرکت ها

خانم نگار قدیمی نویسنده، مترجم و فعال حوزه ی پایداری شرکتی در این برنامه که با میزبانی دکتر ندا کردونی صورت گرفت، مروری بر تحول مفهوم مسؤلیت اجتماعی شرکتی و جایگزینی آن با مفاهیمی مانند ESG صورت دادند و در خصوص ضرورت به روز بودن دانش در این حوزه و آشنایی با تحولات جهانی نکات مهمی را مطرح کردند.



روایت چهارم: گفت و گو با دکتر مهدی هداوند، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی و وکیل دادگستری

در این گفت و گو که با میزبانی دکتر ندا کردونی صورت گرفت، دکتر مهدی هداوند، استاد دانشگاه و عضو کمیته تدوین استاندارد ملی مسؤلیت اجتماعی و خیر جمعی از چپستی و چرایی تنظیم گری در حوزه مسؤلیت اجتماعی و جایگاه آن در نظام حقوقی سخن گفتند. ایشان نکات ارزشمندی در خصوص چالش های مسائل مرتبط با مسؤلیت اجتماعی شرکت ها و نقش نظام حقوقی در کاهش آن، مطرح نمودند.



روایت پنجم: گفتگو با خانم پاسدار دانشجوی توسعه پایدار و آقای حسینیون دانشجوی اقتصاد صنعتی گرایش تغییرات اقلیمی

در این گفت و گو که با میزبانی دکتر ندا کردونی صورت گرفت، خانم پاسدار، دانشجوی توسعه پایدار در دانشگاه میلان و آقای حسینیون دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد صنعتی گرایش تغییرات اقلیمی دانشگاه فنی برلین به بیان تجربیات تحصیلی خود در حوزه ی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداختند. لزوم پرداختن به رویکردهای آکادمیک و میان رشته ای به حوزه مسئولیت اجتماعی و حاکمیت پایدار شرکتی از نکات محوری روایت پنجم بود.

راه های ارتباطی با ندای توسعه



nedaye.tosee.center@gmail.com



۰۲۱۸۸۷۸۰۲۶۰ - ۸۸۷۸۰۲۶۰



www.instagram.com/nedayetosee_co



تهران- گاندی- خیابان ۲۳- پلاک ۲۱- طبقه ۲- واحد ۹



<https://www.linkedin.com/company/nedayetosee>



www.nedayetosee.com

ندای توسعه ، مؤسسه مشاوره تخصصی در حوزه مسئولیت اجتماعی و
حاکمیت پایدار شرکتی است

**At Nedayetosee, we provide solutions and suggestions that
enable our clients to advance their sustainability strategies and
become responsible businesses**

في شركة نداء التوسعة، نحن نقدم الحلول والإقتراحات التي تمكن عملائنا من
تعزيز استراتيجيات الاستدامة الخاصة بهم، وتصبح شركات اعمال ذات
مسؤولية

تهیه شده توسط تیم ندای توسعه

www.nedayetosee.com

بهار ۱۴۰۱