

# خبرنامه

## همایش مسئولیت اجتماعی شرکت مسئولیت اجتماعی صنعت نفت

Corporate Social Responsibility Conference in Petroleum  
شماره ۱ - دی ماه ۱۳۹۴



### ● یادداشت دبیر همایش

بخش نفت و گاز در بین صنایع پیشرو در موضوع «مسئولیت اجتماعی شرکت» جایگاه نخست را به خود اختصاص داده است. نقش صنعت نفت به عنوان صنعتی فراگیر و مهم، در صیانت از محیط زیست و حفاظت از منافع جوامع محلی پیرامونی می‌تواند بسیار پر رنگ باشد. مسئولیت اجتماعی شرکت تفکر ریشه داری است که مسیر و چارچوب‌های لازم را برای ایفای نقش سازنده در این زمینه در اختیار شرکت‌ها و سازمانهای مختلف، بویژه در حوزه نفت و گاز قرار می‌دهد.

صنعت نفت ایران، دریایی از حمایت‌ها و کمک‌ها نسبت به جامعه و محیط زیست را در کارنامه خود دارد. عمر این حمایت‌ها و کمک‌ها به همان آغاز استخراج نفت در مسجد سلیمان (بیش از صد سال قبل) می‌رسد. ضرورت‌های کار در مناطق نفتی ایجاب می‌کرد تا نخست جنبه‌های رفاهی کارکنان نفت مورد توجه قرار گیرد. با شکل‌گیری سکونتگاه‌های جدید در مناطق نفتی، لزوم توجه به تامین زیرساخت‌ها و امور رفاهی این سکونت‌گاه‌ها نیز اهمیت یافت. به تدریج توجه به جوامع محلی و ساکنان بومی هم‌جوار صنعت نیز در دایره توجه صنعت نفت قرار گرفته و در زمره ذی‌نفعان آن درآمدند. بدین ترتیب بسترهای عملی موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت در صنعت نفت تحقق یافت و تا به امروز ادامه یافته و بطور فزاینده‌ای گسترش پیدا کرده است.

اکنون موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت با استاندارد و چارچوب خاص خود در دنیا جای پای مشخصی یافته و در برنامه‌های عملیاتی شرکت‌های مختلف و از جمله شرکت‌های نفتی بزرگ جای گرفته است. متناسب با روندهای جهانی و شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی واقع در مناطق نفتی کشور، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت به یکی از دغدغه‌های صنعت نفت کشور تبدیل شده و به واسطه همین، نگرش تازه‌ای در توجه به مناطق پیرامونی صنعت در نزد مقام عالی وزارت و مدیران نفتی پدید آمده است.

این اتفاق زمینه لازم برای عمل برنامه‌ای و مبتنی بر استانداردها را در توجه به جوامع محلی و محیط زیست مناطق عملیاتی نفت فراهم ساخته و ساماندهی روندهای جاری (حمایت‌ها و کمک‌های صنعت نفت) را امکان‌پذیر می‌سازد.

PETRO

CSR

<http://petrocsr2016.ir>





## ارکان همایش

• دبیر همایش:  
دکتر سید امیر طالبیان  
مشاور اجتماعی وزیر نفت



• رئیس همایش:  
دکتر منصور معظمی  
مشاور وزیر نفت



• رئیس شورای علمی:  
دکتر نسرين جزینی  
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی



## شورای سیاست گذاری

- مهندس سید کاظم وزیری همامانه، قائم مقام وزیر نفت و رئیس شورای سیاست گذاری همایش
- مهندس رکن الدین جوادی، معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی نفت ایران
- مهندس حمیدرضا عراقی، معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران
- مهندس عباس شعری مقدم، معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی
- مهندس عباس کاظمی، معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران
- دکتر منصور معظمی، مشاور وزیر نفت
- دکتر کریم سلحشور، معاون توسعه سرمایه انسانی و مدیریت وزارت نفت
- خانم تندگویان، مشاور وزیر نفت در امور بانوان
- دکتر اکبر نعمت‌اللهی، رئیس روابط عمومی وزارت نفت
- دکتر غلامرضا منوچهری، مدیر عامل شرکت مهندسی و ساخت تاسیسات دریایی ایران
- مهندس عادل نژاد سلیم، مدیر عامل هلدینگ خلیج فارس
- دکتر سید محمدهادی ایازی، قائم مقام وزیر بهداشت در مشارکت‌های اجتماعی
- مهندس محمدجواد شمس، مدیر عامل شرکت پتروپارس
- دکتر حبیب‌الله سمیع، مدیر عامل سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت
- مهندس محسن امیریان، مدیر نظارت بر طرح‌های عمرانی مناطق نفت‌خیز
- مهندس سیدعباس موسوی، مدیر عامل شرکت فومن شیمی
- دکتر علی محمدگودرزی، مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت و مشاور CSR مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی
- دکتر سید باقر مرتضوی، مدیر کل بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE) وزارت نفت
- آقای سید مهدی حسینی، رئیس کمیته بازنگری در قراردادها نفتی
- دکتر نسرين جزینی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی

## فهرست

- ۱ معرفی همایش
- ۱ ارکان همایش
- ۱ شورای سیاست گذاری
- ۲ شورای علمی
- ۲ کمیته اجرایی
- ۲ درباره مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)
- ۲ - مقدمه
- ۲ - تعاریف CSR
- ۳ - فرصت‌ها - چالش‌های قرن ۲۱
- ۳ - پیشینه
- ۳ - ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت
- ۴ تاکید وزیر نفت بر موضوع مسئولیت اجتماعی مصاحبه
- ۴ - خانم دکتر جزینی
- ۵ - آقای دکتر طالبیان
- ۶ اخبار
- ۶ - همگرایی نفت و CSR در منطقه ویژه پارس
- ۶ - جوایز شرکت درای داکتورلد
- ۶ - جوایز شرکت آرکما

## شناسنامه

سردبیر: هوشنگ فضلی  
تحریریه: احمد رضوی، محسن انصاری  
مشاور علمی: دکتر نسرين جزینی  
ناشر: دبیرخانه همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت  
زیر نظر: حوزه مشاور اجتماعی وزیر نفت، موسسه پژوهش در مدیریت و برنامه ریزی انرژی (دانشگاه تهران)  
امور اجرایی: دکتر رزیتا شهبازگشوری، مهندس مهدی شیخلر  
گرافیک: نیلوفر شیخلر

## معرفی همایش

### همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت

همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت در روزهای ۲۸ و ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۵ با حضور و مشارکت شرکت‌های نفتی کشور برگزار خواهد شد. این همایش فرصت مغتنمی است تا شرکت‌های نفتی داخلی به طور جدی با موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت آشنا شده و موضع خود را در این زمینه با جدیت و به شکلی مشخص تعریف نمایند. پیش‌بینی کارگاه‌های آموزشی در کنار پانل‌های موضوعی مختلف در همایش با همین هدف بوده است. باتوجه به تاکید شورای سیاست‌گذاری این همایش، علاوه بر کارکرد علمی، همایش رویکرد کاربردی نیز خواهد داشت. در این باب، این فرصت به شرکت‌های نفتی داده شده است تا فعالیت‌ها و کارکردهای خود در زمینه توجه و کمک به کارکنان خود، جوامع محلی پیرامونی و همچنین محیط زیست را به صورت گزارشات دوره‌ای در همایش عرضه نمایند. این اقدام مشقی خواهد بود برای شرکت‌ها تا به تدریج روال گزارش‌دهی خود را به سمت گزارش‌دهی پایدار بر اساس استانداردها و چارچوب‌های مسئولیت اجتماعی شرکت سوق دهند و به روندهای جهانی بپیوندند.





## درباره مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)

### مقدمه

سازمان‌ها از اجزای مهم پیکره اجتماعی به شمار می‌آیند. بخش مهمی از تحولات اجتماعی در جوامع بشری با فعالیت‌های سازمان‌ها و شرکت‌ها مرتبط است. سازمان‌ها ضمن آنکه به حفظ و بقای خود می‌اندیشند، باید بتوانند فراتر از نگاه خودمدارانه، به علیت و اصلیت خویش (که برگرفته از نقش و جایگاه اجتماعی آن‌هاست) به پیامدها و آثار خویش در جامعه بپردازند. حس تعهد، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های جامعه واژه‌هایی هستند که امروزه به‌طور مداوم در رسانه‌ها و در نزد افکار عمومی به‌عنوان انتظارات و مطالبات افراد جامعه از سازمان‌ها و شرکت‌ها مطرح می‌شوند. در مواردی که پیامدها و فجایع ناشی از فعالیت شرکت‌های بین‌المللی بروز می‌کند، موضوع مسئولیت‌پذیری سازمانی یا شرکتی با گستردگی و تاکید مضاعفی مطرح و بیان می‌شود. خود این فرآیند مسیر حرکت سازمان‌ها و شرکت‌ها را تحت تاثیر قرار داده و آن‌ها را وادار به رعایت الزامات متعددی در برابر جامعه و محیط زیست می‌کند.

### تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت

۱- «**هاوارد آر. بوون** - Howard R. Bowen» نخستین تعریف را از مسئولیت اجتماعی شرکت (Corporate Social Responsibility - CSR) ارائه داده است که طبق آن این نوع مسئولیت عبارت است از: تعهدات کسب و کار بر پیگیری آن دسته از سیاست‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌هایی که از نظر اهداف و ارزش‌های جامعه مطلوب هستند. (۱)

۲- در تعریف **بانگ جهانی**، مسئولیت اجتماعی شرکت عبارت است از: تعهد شرکت‌ها به منظور کمک به توسعه اقتصادی پایدار کار از طریق همکاری با کارکنان و خانواده‌های آن‌ها، جامعه محلی و کل جامعه، به منظور بهبود کیفیت زندگی به طریقی که هم برای کسب و کار مناسب باشد و هم برای توسعه بین‌المللی. (۲)

۳- طبق تعریف **کمیسیون اروپا** - مسئولیت اجتماعی شرکت مفهومی است که به موجب آن شرکت‌ها، دغدغه‌های زیست محیطی و اجتماعی را در عملکردهای کسب و کارشان و در تعامل خود با ذی‌نفعان به صورت داوطلبانه ادغام می‌کنند. (۳)

۴- از نظر **فرنچ و ساورد** (French & Saword)، «مسئولیت اجتماعی شرکت» وظیفه‌ای است برعهده شرکت‌ها، به این معنا که تأثیر سوء بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند، نگذارند. این وظیفه عموماً مشتمل است بر اموری چون: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت‌های غیراخلاقی و مطلع کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه‌ای است مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد. (۴)

با توجه به این تعاریف می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی شرکت مجموعه تعهدات اخلاقی یا الزاماتی است که یک شرکت در جهت کمک به کارکنان خود، جامعه (جامعه محلی یا فراتر از آن) و محیط زیست انجام می‌دهد.

## شورای علمی

- دکتر نسرتین جزینی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی و رئیس شورای علمی همایش (به ترتیب حروف الفبا)
- دکتر احمد احمدیان، عضو هیئت علمی دانشگاه پابلو کلدادو آمریکا
- دکتر سیدحسین ایرانمنش، رئیس موسسه مطالعات بین‌المللی انرژی
- مهندس اکبر ترکان، مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد
- مهندس یوسف جوادی نیا، مدیر کل امور پژوهش وزارت نفت
- مهندس سید محمود حسینی پژوه، مدیر توسعه منابع انسانی شرکت ملی گاز ایران
- دکتر نعمت‌الله خراسانی، استاد دانشکده منابع طبیعی دانشگاه تهران
- دکتر محمود سریع‌القلم، عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی
- مهندس ایوب سعیدآوی، رئیس سیاستگذاری و برنامه‌ریزی اداره کل ورزش وزارت نفت
- دکتر سید امیر طالبیان، مشاور اجتماعی وزیر نفت
- دکتر محمد فاضلی، عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر محمد تقی فرور، رئیس هیئت مدیره موسسه توسعه پایدار و محیط زیست
- دکتر محمد کرمانی، معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شرکت ملی صنایع پتروشیمی
- مهندس ایرج کلهری، مدیر HSE شرکت ملی پالایش و پخش فراورده‌های نفتی
- دکتر علی محمد گودرزی، مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت و مشاور CSR مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی
- دکتر محمد علی محمدی، مدیر عامل سازمان مدیریت صنعتی
- دکتر مجید مخدوم، عضو هیئت علمی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران
- دکتر علینقی مشایخی، عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف
- دکتر منصور معظمی، مشاور وزیر نفت
- دکتر سعید معینفر، مشاور اجتماعی وزیر راه و شهرسازی
- مهندس مریم میرجلیلی مهنا، پژوهشگر حوزه CSR سازمان مدیریت صنعتی استان بوشهر

## کمیته اجرایی

- دکتر زیتا شهباز کشوری، دبیر اجرایی همایش (به ترتیب حروف الفبا)
- آقای احمد رضوی، کارشناس روابط عمومی شرکت مهندسی و ساخت تأسیسات دریایی
- مهندس مجید شهباز، مدیر HSEQ شرکت پتروپارس
- دکتر مجید عبدالعزیز، مدیر آموزش موسسه پژوهش در مدیریت و برنامه‌ریزی انرژی
- آقای هوشنگ فضلی، کارشناس CSR حوزه مشاور اجتماعی وزیر نفت
- مهندس محمد ناصری آدینه‌وند، رئیس روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران
- آقای محمدرضا ولی، سرپرست همایش‌ها و کنفرانس‌های روابط عمومی وزارت نفت







## مسئولیت اجتماعی شرکت یکی از فرصت‌ها - چالش‌های جهان نفت و گاز در قرن بیست و یکم

قرن جدید، با روندهای تازه‌ای در قلمرو انرژی نفت و گاز و روابط صنعتی و سیاسی روبروست. صنعت نفت و گاز در تعامل با سیاست، بازار جهانی، محیط‌های اجتماعی و طبیعی، برای بشر امروز درک‌های تازه‌ای را ارائه می‌دهد و چشم‌اندازهای نوینی را می‌گشاید.

در نشریه «پترولیوم ریویو - Petroleum Review» چاپ فوریه سال ۲۰۱۲، انستیتوی انرژی بریتانیا فهرستی از ده فرصت مهم برای صنعت نفت و گاز در سال ۲۰۱۲ را ارائه داده است. برخی از تحلیلگران از این ده فرصت به عنوان «ده چالش» بزرگ هم یاد می‌کنند. یکی از این ده فرصت - چالش، موضوع «مسئولیت اجتماعی شرکت» است.

این چالش اخیراً بیش از پیش در نواحی صنعتی و به ویژه نواحی نفت و گاز خیز جهان توجهات را به خود جلب کرده است. انستیتوی انرژی بریتانیا، این مفهوم را به روابط شرکت با گروه‌های ذی‌نفع متعدد، امور بهداشتی و ایمنی و موضوعاتی همچون: حقوق بشر، حقوق کارکنان، حقوق ذی‌نفعان، حفاظت محیط زیست، روابط اجتماعات محلی، شفافیت و فساد معطوف می‌داند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نفتی، مستلزم توفیق آن‌ها در هر معیار و ضابطه‌ای برای حفظ اعتبار و شهرت‌شان (به مثابه یک پتانسیل معتبر برای همکاری‌های استراتژیک عمومی - خصوصی یا چند بخشی و حکومت) می‌باشد. (۵)

### پیشینه

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت برای اولین بار در دهه‌ی بیست میلادی مطرح شد. ولی به دلیل رکود بزرگ و جنگ جهانی دوم، نتوانست به‌عنوان یک موضوع جدی تا دهه‌ی ۱۹۵۰ میان رهبران کسب و کار جایگاهی بیابد. در سال ۱۹۵۱ مسئولیت اجتماعی شرکت زمانی که «فرانک ابرامز - F. Abrams» رئیس هیات مدیره شرکت «استاندارد اویل نیوجرسی - Standard Oil New Jersey» مقاله‌ای با عنوان «تعهد کسب و کار» منتشر نمود دوباره در کانون توجه قرار گرفت. در سال ۱۹۵۴ «هاوارد آر. بوون» در کتاب «مسئولیت‌های اجتماعی بازرگانان» بطور جدی‌تری بدین مفهوم پرداخت. دو صنعت نفت و دخانیات در سطح دنیا به خاطر تاثیرات گسترده و منفی‌شان توجه ویژه‌ای به مقوله «مسئولیت اجتماعی شرکت» نشان دادند و به تدریج این مفهوم به یکی از دغدغه‌های شرکت‌های بزرگ تبدیل شد.

از اوایل دهه ۱۹۹۰ دستورالعمل‌های مربوط به «مسئولیت اجتماعی شرکت» در سطح بین‌المللی تهیه و به تصویب رسید و در حال حاضر واحدهایی تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت» در اکثر شرکت‌های بزرگ وجود دارد. (۶)

### ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت

ابعاد متعددی برای مسئولیت اجتماعی شرکت از سوی مراجع و افراد مختلف برشمرده شده است که می‌توان آن‌ها را در موارد ذیل بیان نمود:

- **بعد اقتصادی:** بدین معنی که مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است. وقتی سازمان سود لازم را به دست آورد و حیات خود را تضمین کرد، می‌تواند به مسئولیت‌های دیگرش بپردازد. در حقیقت اهداف اولیه سازمانی در این بعد مورد توجه قرار می‌گیرد.
- **بعد قانونی:** دومین بعد مسئولیت اجتماعی، بعد قانونی (حقوقی) است. سازمان‌ها و شرکت‌ها ملزم می‌شوند که در چارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کنند. جامعه این قوانین را تعیین میکند و کلیه شهروندان و سازمان‌ها، موظف هستند به این مقررات به عنوان یک ارزش اجتماعی احترام بگذارند.
- **بعد اخلاقی:** سومین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، بعد اخلاقی است. از سازمان‌ها و شرکت‌ها انتظار می‌رود که همچون سایر اعضای جامعه به ارزشها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند.
- **بعد نوع دوستی (اجتماعی):** در این بعد، مسئولیت نوع‌دوستانه در قبال افراد جامعه مطرح است. انتظار می‌رود سازمان‌ها و شرکت‌ها برای رسیدگی به مسائل و معضلات جامعه و تسکین آنها کوشش به عمل آورند.
- **بعد محیط زیستی:** نهایتاً در بعد آخر، موضوع محیط زیست مورد تاکید قرار گرفته است و انتظار این است که سازمان‌ها و شرکت‌ها دغدغه‌های محیط زیستی داشته و در مسیر حفاظت از محیط گام بردارند.

### منابع:

1. Howard R. Bowen (2013), "Social Responsibilities of the Businessman", University of Iowa Faculty Connections, p.16
2. <http://www.worldbank.org>
3. Commission of the European Communities (2002), "Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development", Brussels, P.3
4. خلیلی شجاعی، بوهاب و مشبکی، اصغر، (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و یکم، شماره ۴، ص ۴۲.
5. Petroleum Review, <http://www.energyinst.org/information-entre/ei-publications/petroleum-review/petroleum-review-february-2012>
6. جزنی، نسرن (۱۳۹۳)، «اهمیت اجرای همایش مسئولیت اجتماعی شرکت در صنعت نفت»، هفته‌نامه دانش نفت، ۵ دی ۱۳۹۴، ص ۶.