



پیشگفتار:

کلیه سازمان‌ها، شرکت‌ها، نهادها و مؤسسات در سراسر جهان اعم از دولتی، خصوصی، انتفاعی و غیرانتفاعی و همین‌طور ذی‌نفعان آن‌ها به‌طور روزافزون به اهمیت و مزایای رفتار مسئولانه اجتماعی پی می‌برند و نسبت به این مفهوم آگاهی بیشتری می‌یابند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تأکید دارد و ناظر بر چگونگی تولید ثروت همراه با کسب و کار مسئولانه است. در واقع، یکی از مهم‌ترین اهداف مسئولیت اجتماعی، تعریف زمینه‌های مشارکت سازمان‌ها، شرکت‌ها و دیگر نهادها در جامعه و کمک به توسعه پایدار آن است. بازتاب فعالیت‌های یک سازمان از نظر تأثیر آن‌ها بر جامعه و محیط زیست، عامل مهمی در سنجش عملکرد کلی سازمان به‌شمار می‌آید.

با علم به اینکه هر سازمان، نهاد، مؤسسه و یا شرکت در مراحل مختلفی از تعریف و اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود قرار دارد و نیازمند اصولی برای پیشبرد اهداف خود در این زمینه می‌باشد، نظام‌نامه‌ی حاضر با عنوان "اصول راهنمای توسعه کسب و کار مسئولانه" به همت کمیسیون امور اجتماعی و تشکلهای این اتاق، هم برای سازمان‌هایی که به تازگی اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود را آغاز کرده‌اند و هم برای سازمان‌هایی که در این زمینه تجربه بیشتری دارند، تهیه گردید. امید است این مجموعه بتواند اندیشه‌ای نوین را در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتها و اهمیت این بینش برای بنگاهها فراهم آورد.

یقیناً نظرات ارزشمند صاحب نظران و فعالان اقتصادی می‌تواند بر غنای هر چه بیشتر این مجموعه اثر گذارد.

محمد مهدی راسخ

رئیس کمیسیون امور اجتماعی و تشکلهای

فهرست مطالب

۳	مقدمه
۳	دیدگاه‌ها و انتظارات نسبت به مسئولیت اجتماعی سازمانی
۴	بعضی از اقدامات انجام شده در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمانی در ایران
۶	کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌ها و مسئولیت اجتماعی سازمانی
۷	نظام‌نامه و استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۷	ویژگی‌های مسئولیت اجتماعی
۷	کلیات
۷	یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی
۸	اصول مسئولیت اجتماعی
۸	موضوعات اصلی مسئولیت اجتماعی
۹	۱. حاکمیت سازمانی (سازمان داری)
۹	حاکمیت سازمانی و مسئولیت اجتماعی
۱۰	۲. کارکنان و فعالیت‌های کاری
۱۰	کارکنان و فعالیت‌های کاری و مسئولیت اجتماعی
۱۰	اقدامات و انتظارات مرتبط
۱۱	۳. محیط زیست
۱۱	محیط زیست و مسئولیت اجتماعی
۱۱	اقدامات و انتظارات مرتبط
۱۲	۴. کسب و کار منصفانه
۱۲	کسب و کار منصفانه و مسئولیت اجتماعی
۱۲	اقدامات و انتظارات مرتبط
۱۳	۵. مسائل مربوط به مصرف‌کننده (رعایت حقوق مصرف‌کننده)
۱۳	مسائل مربوط به مصرف‌کننده و مسئولیت اجتماعی
۱۳	اقدامات و انتظارات مرتبط
۱۴	۶. مشارکت و توسعه جامعه
۱۴	توسعه جامعه و مسئولیت اجتماعی
۱۴	اقدامات و انتظارات مرتبط
۱۵	۷. حقوق بشر/ شهروندی
۱۵	حقوق بشر/ شهروندی و مسئولیت اجتماعی
۱۵	اقدامات و انتظارات مرتبط
۱۶	جدول پیوست

نظام‌نامه ترویج مسئولیت اجتماعی سازمانی در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران کمیسیون امور اجتماعی و تشکلهای

مقدمه

مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانی در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسلط در حوزه اداره سازمان‌ها تبدیل شده است و در حال حاضر به شدت از سوی بازیگرانی چون دولت‌ها، شرکت‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی مورد توجه و تمرکز قرار گرفته است. اما مفهوم مسئولیت اجتماعی در ایران، در سال‌های اخیر و عموماً توسط صاحبان صنایع و بخش خصوصی، سازمان‌های غیردولتی، روشنفکران و دانشگاهیان مطرح شده است. برگزاری اولین کنفرانس مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها توسط نهادهایی چون اتاق بازرگانی تهران، برگزاری اولین جشنواره مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی و فعالیتهای برخی از شرکت‌های خصوصی و سازمان‌های غیردولتی، نقطه آغازی در زمینه طرح مفهوم و ادبیات این موضوع در ایران بود. حرکت شرکت‌های ایرانی به سوی استفاده از الگوی تعالی سازمانی و دیگر مدل‌های کیفیت را می‌توان از مهم‌ترین عواملی برشمرد که این شرکت‌ها را به سمت درک مفهوم مدرن مسئولیت اجتماعی سوق داده است. به علاوه، وجود فضای رقابتی در برخی صنایع و حرکت برخی بنگاههای کشور به سمت بین‌المللی شدن از دیگر عوامل تاثیر گذار می باشد.

دیدگاه‌ها و انتظارات نسبت به مسئولیت اجتماعی سازمانی

- دولت به مسئولیت اجتماعی سازمان از منظر افزایش خصوصی‌سازی و تشویق مشارکت بخش خصوصی در اداره جامعه و سپردن بخشی از وظایف و مسئولیتهای خود به این بخش نگاه می‌کند تا از این طریق بتواند رقابتی کشور را در عرصه جهانی (سطح بین‌المللی) افزایش دهد.
- شرکت‌ها این موضوع را نوعی استراتژی تجاری می‌دانند که باعث افزایش اعتبارشان در فضای به شدت رقابتی می‌شود و سهم‌شان را در بازار افزایش می‌دهد.
- سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل متحد، حل چالش‌های جهانی را بدون مشارکت شرکت‌ها و بخش خصوصی غیر ممکن می‌دانند.
- مراکز علمی و دانشگاهی عمدتاً به این موضوع از زاویه نقش شرکت‌ها و بخش خصوصی در توسعه سیاسی و اقتصادی کشور می‌نگرند.
- تشکلهای صنعتی و صنفی به مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای تسهیل تعامل با دولت و پابندی شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌نگرند.
- سازمان‌های غیردولتی و جامعه مدنی نیز که همواره با سوء ظن به فعالیتهای شرکت‌ها می‌نگرند، خواهان اجرای برنامه‌های مسئولیتهای اجتماعی بیشتری از جانب شرکت‌ها هستند و نقشی نظارتی بر عملکرد شرکت‌ها دارند.
- همچنین، سازمان‌های غیر دولتی انتظار دارند تا سازمان‌ها و شرکت‌ها در قالب تعریف برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود به تقویت ظرفیتهای این سازمان‌ها کمک نمایند.

بعضی از اقدامات انجام شده در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمانی در ایران

در سال‌های اخیر، اقدامات متعدد و پراکنده‌ای از سوی بخش خصوصی، بخش دولتی، تشکل‌های صنعتی و سازمان‌های غیردولتی داخلی و بین‌المللی در زمینه مسئولیت سازمانی و موضوعات مرتبط با آن از قبیل نقش تجارت و بخش خصوصی در تحقق اهداف توسعه هزاره، نقش بخش خصوصی در توسعه پایدار، حرکت شرکت‌ها به سمت مدل تعالی سازمانی و غیره صورت گرفته است. خلاصه‌ای از اقدامات انجام شده توسط بازیگران کلیدی جامعه در ارتباط با مسئولیت اجتماعی سازمانی در ایران در جدول ذیل آمده است:

بازیگر	اقدامات انجام شده در ایران
دولت	<p>پیاده‌سازی طرح جایزه ملی بهره‌وری و تعالی سازمانی EFQM از سوی وزارت صنایع به منظور تشویق شرکت‌ها در حرکت به سمت الگوی تعالی سازمانی</p> <p>تأسیس مؤسسه مطالعات بهره‌وری و منابع انسانی به منظور ترویج مدل EFQM و ترغیب مدیران شرکت‌ها به استفاده از این مدل</p> <p>تدوین نسخه ملی استاندارد پاسخگویی اجتماعی یا Social Accountability ۸۰۰۰ توسط مؤسسه استاندارد</p> <p>تدوین سیاست‌های تنبیهی، تشویقی، توانمندسازی و سیاست‌های نمادین به منظور ترغیب و ملزم ساختن شرکت‌ها به رعایت مسائل زیست محیطی</p> <p>تشکیل کمیته ملی توسعه پایدار با مشارکت تمامی وزارتخانه‌های دولتی به منظور افزایش توجه دستگاه‌های اجرایی و شرکت‌های دولتی به رعایت مسائل زیست‌محیطی و گنجاندن نگاه توسعه پایدار در سیاست‌گذاری‌های کلان دولت</p> <p>برگزاری همایش‌هایی با نام «صنایع سبز» و اعطای گواهینامه صنعت سبز</p> <p>برگزاری جشنواره فیلم سبز</p> <p>تأسیس صندوق ملی حفاظت از محیط زیست برای کمک به شرکت‌ها جهت رعایت مسائل زیست‌محیطی</p> <p>تدوین برنامه ملی توسعه «کار شایسته» از سوی وزارت کار و امور اجتماعی برای ملزم ساختن شرکت‌ها به رعایت حقوق کارکنان خود</p> <p>تدوین و تصویب قانون نظام صنفی، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و اعطای گواهی نامه و تندیس حقوق مصرف‌کننده از سوی وزارت بازرگانی به شرکت‌های برتر در زمینه احترام به حقوق مصرف‌کننده تا بنگاه‌های کشور حقوق مشتریان و مصرف‌کنندگان را محترم بشمارند.</p> <p>تدوین و تصویب آیین‌نامه حاکمیت شرکتی در سازمان بورس و اوراق بهادار</p> <p>تدوین لایحه‌ای در وزارت رفاه به منظور اخذ مالیات بیشتر از صنایع و بنگاه‌های آلوده کننده محیط زیست</p> <p>انتشار کتاب‌هایی با عنوان اخلاق کسب و کار توسط مرکز مطالعات جهانی شدن</p> <p>انتشار دو کتاب در زمینه نظام راهبری شرکتی توسط شرکت بورس اوراق بهادار تهران</p> <p>تشکیل مرکز بهبود محیط کسب و کار توسط سازمان سرمایه‌گذاری خارجی</p> <p>تشکیل شورای رقابت</p> <p>تشکیل کمیته متناظر استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰</p>
سازمان‌های غیر دولتی	<p>اقدامات برخی سازمان‌های غیر دولتی در راستای آگاه‌سازی افکار عمومی نسبت به فجایع زیست‌محیطی حاصل از عملکرد بنگاه‌های اقتصادی</p> <p>تأسیس مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها - CSRIran (مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی)</p> <p>برگزاری دوره‌های آموزشی با موضوعات "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها"، "گزارش‌دهی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی"، "استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰"، "پایداری شرکتی" و "حاکمیت شرکتی" توسط CSRIran</p> <p>برگزاری اولین نمایشگاه مسئولیت‌پذیری اجتماعی با حضور بیش از ۲۰ شرکت و سازمان مردم‌نهاد CSRMarket Place</p> <p>همکاری مشترک CSRIran با مؤسسه مسئولیت اجتماعی ترکیه و بازدید متقابل مدیران منتخب دو کشور از تجربه‌های مسئولیت شرکتی یکدیگر</p> <p>آغاز استفاده برخی سازمان‌های مردم‌نهاد و خیریه از مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان ابزاری برای تأمین مالی</p> <p>تدوین و انتشار گزارش کشوری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سال ۲۰۰۹ توسط مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها</p> <p>تدوین و انتشار ویژه‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکتی با تأکید بر مشارکت بخش خصوصی و عمومی در سال ۱۳۸۹ توسط CSRIran</p> <p>تشکیل کارگروه حاکمیت شرکتی توسط مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها متشکل از ۱۰ نفر از صاحبان کسب و کار و دانشگاهیان و سفرهای مطالعاتی به پاکستان و ترکیه</p>

	<p>توجه روزنامه سرمایه و دنیای اقتصاد به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی با همکاری CSRIran</p> <p>چاپ مقالات علمی و آکادمیک در نشریه‌های مدیریتی کشور با همکاری CSRIran</p> <p>انتشار یک ویژه‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط نشریه عصر مدیریت با همکاری CSRIran</p> <p>انتشار یک ویژه‌نامه نظام راهبری شرکتی توسط مجله حسابدار</p> <p>بخش ۳ برنامه در رادیو تجارت با موضوع مسئولیت‌پذیری شرکتی با همکاری CSRIran</p>	<p>رسانه ها</p>
<p>معطوف شدن توجه شرکت‌ها به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از زاویه مدل EFQM به دلیل رقابت برای کسب جایزه ملی تعالی سازمانی</p> <p>تدوین منشور اخلاقی از سوی شرکت‌های برتر ایرانی</p> <p>روند رو به رشد حضور شرکت‌های برتر ایرانی در جشنواره رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و مشتریان</p> <p>اخذ گواهینامه استاندارد پاسخگویی اجتماعی توسط برخی شرکت‌ها</p> <p>حرکت برخی شرکت‌ها به سمت تدوین استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی خود با همکاری CSRIran (تام ایران خودرو، توگا، کیسون، بیمه ایران، همراه اول و ...)</p> <p>تعریف و اجرای برخی پروژه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط بنگاه‌های اقتصادی ایران با همکاری سازمان‌های غیردولتی برگزاری سمینار SA۸۰۰۰</p>		<p>شرکت‌ها</p>
<p>روند رو به رشد موضوعات پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکترا در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها</p> <p>ارایه درس ۳ واحدی اختیاری اخلاق تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف با همکاری CSRIran</p>		<p>مراکز آکادمیک</p>
<p>تشکیل «کمیته ملی اهداف توسعه هزاره» با مشارکت بخش خصوصی، تشکل‌های صنعتی و صنفی، مقامات دولتی و سازمان‌های غیردولتی که متأسفانه با تغییر شکل سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، این کمیته منحل شد.</p> <p>برگزاری سمینارهای یک تا چند روزه در شهرستان‌های کشور با حضور مدیران بخش خصوصی با موضوع اهداف توسعه هزاره</p> <p>آموزش تعدادی از داوطلبان در زمینه معاهده جهانی Global Compact</p> <p>برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای مدیران دولتی و کارکنان سازمان‌های غیردولتی با موضوع چگونگی مشارکت در تحقق اهداف توسعه هزاره در شهرستان‌های کشور</p> <p>برگزاری کمپین‌های بازاریابی خیرخواهانه توسط یونیسف</p>		<p>سازمان ملل</p>
<p>برگزاری اولین کنفرانس مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کشور توسط اتاق بازرگانی تهران</p> <p>تشکیل انجمن ملی اخلاق کسب و کار</p> <p>مطرح کردن طرح نهادینه‌سازی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موسوم به طرح «نما»</p> <p>برگزاری سمینارهای آموزشی برای اعضا در موضوعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها</p> <p>برگزاری کنفرانس "اخلاق کسب و کار در عصر جهانی شدن" توسط مرکز ملی مطالعات جهانی شدن</p>		<p>تشکل‌های اقتصادی</p>

همان‌گونه که ذکر شد، توجه به اقدامات انجام شده و در نظر گرفتن دیدگاه‌ها و انتظارات هر یک از این ذی‌نفعان و برقراری پیوند میان این انتظارات و دیدگاه‌ها، می‌تواند ما را به سمت یک سیاست‌گذاری مناسب رهنمون سازد. اعضای کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌های اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران در راستای تدوین برنامه عملیاتی و استراتژیک مسئولیت اجتماعی می‌بایست ابتدا در مورد اهداف تدوین این برنامه، به توافق برسند و سپس بر اساس اهداف تعیین شده، استراتژی‌های محوری، برنامه‌ها و راهکارهای عملیاتی تدوین شود.

کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌ها و مسئولیت اجتماعی سازمانی

به دلیل اهمیت موضوع مسئولیت اجتماعی سازمانی و تأثیر آن در بهبود فضای کسب و کار کشور، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران به این مقوله وارد شده و پیگیری موضوع بر عهده کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌ها نهاده شده است.

از وظایف اصلی کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌ها می‌توان به شناسایی اهداف و تدوین برنامه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، تسهیل اقدامات مرتبط با برنامه‌ریزی و حمایت از اجرای این برنامه‌ها اشاره کرد. به طور کلی، این کمیسیون سه وظیفه تدوین و تنظیم، ترویج و پایش قواعد را بر عهده دارد.

این کمیسیون به منظور تنظیم برنامه کاری خود در تهیه و تدوین برنامه مسئولیت اجتماعی، در جلسات اولیه خود تصمیم گرفت تا بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ که استاندارد نوینی در زمینه مسئولیت‌پذیری سازمان‌ها قلمداد می‌شود، استاندارد مسئولیت اجتماعی را برای اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران و بنگاه‌های اقتصادی عضو اتاق و تشکل‌های فعال در آن متناسب با فضای کسب و کار کشور تدوین و به جامعه کسب و کار کشور معرفی کند. پس از معرفی این استاندارد، اتاق می‌بایست برنامه عملیاتی راهبردی خود برای ترویج فضای کسب و کار مسئولانه را تدوین نماید و چارچوب‌های پایش سازمان‌ها را از منظر مسئولیت‌پذیری طراحی و تعریف کند.

در این راستا، کمیسیون تا کنون مراحل ذیل را برای تدوین اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی (برنامه مسئولیت اجتماعی) پیش‌بینی نموده است:

- طوفان فکری با اعضا برای به دست آوردن فهرستی از مسئولیت‌های اجتماعی اتاق و بنگاه‌های اقتصادی کشور
- بررسی فهرست به دست آمده با همکاری مشاوران اتاق برای دستیابی به یک فهرست مطلوب
- تجزیه و تحلیل فهرست نهایی و ارزیابی اینکه هر یک از موارد موجود در فهرست چه تأثیرات و منافعی را برای جامعه و محیط کسب و کار به دنبال خواهد داشت و سپس اولویت‌بندی آن‌ها
- قراردادن هر یک از موارد نهایی شده در دسته‌بندی مرتبط با اتاق / بنگاه‌های اقتصادی / تشکل‌ها
- به اشتراک‌گذارن نظام‌نامه با تشکل‌ها و بنگاه‌های اقتصادی
- طراحی و تدوین برنامه عملیاتی ترویج فضای کسب و کار مسئولانه
- تدوین چارچوب پایش سازمان‌ها از منظر مسئولیت‌پذیری

نظام‌نامه و استانداردها مسئولیت‌پذیری اجتماعی

ویژگی‌های مسئولیت اجتماعی

کلیات

مسئولیت اجتماعی بر مسئولیت و پاسخ‌گویی به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تاکید دارد و ناظر بر چگونگی کسب‌وکار مسئولانه همراه با تولید ثروت است. به نوعی مسئولیت اجتماعی یعنی چگونه می‌توان از طریق کسب‌وکار مسئولانه ایجاد ثروت کرد. بنابراین یک رابطه برد برد و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای سازمان، زیربنای مفهومی موضوع مسئولیت اجتماعی است. بنابراین مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، رفتارهای تجاری سازمان در حوزه رهبری و فرایندهای درون‌سازمانی، کارکنان، مشتریان، پیمانکاران و زنجیره تأمین، محیط زیست و جامعه را در بر می‌گیرد. در واقع، ایجاد یک رابطه برنده-برنده و خلق ارزش مشترک هم برای جامعه و هم برای سازمان، زیربنای مفهومی موضوع مسئولیت اجتماعی سازمانی است.

یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی

پیامد تصمیمات و فعالیت‌های یک سازمان به طور وسیعی می‌تواند تحت تأثیر ارتباط با دیگر سازمان‌ها قرار گیرد. یک سازمان ممکن است برای انجام مسئولیت اجتماعی خود به همکاری با دیگر سازمان‌ها نیازمند باشد، مانند سازمان‌های همکار، رقبای، تأمین‌کنندگان و پیمانکاران یا بخش‌هایی دیگر از زنجیره ارزش و یا دیگر گروه‌های موجود در حوزه نفوذ سازمان. یک سازمان به هنگام پرداختن به مسئولیت اجتماعی خود، باید سه رابطه را درک کند:

- **رابطه بین سازمان و جامعه:** یک سازمان باید از یک سو آثار فعالیت‌ها و تصمیمات خود بر جامعه و محیط زیست و از سوی دیگر انتظارات جامعه از رفتار مسئولانه خود در قبال این تأثیرات را بررسی کند. این امر بهتر است با در نظر گرفتن موضوعات و مسائل اصلی مسئولیت اجتماعی (که در ادامه خواهند آمد) صورت پذیرد.
 - **رابطه بین سازمان و ذی‌نفعان:** یک سازمان باید از ذی‌نفعان گوناگون خود و منافع آنان آگاه باشد. ذی‌نفعان افراد یا گروه‌هایی هستند که تصمیمات و فعالیت‌های سازمان بر منافعشان اثر می‌گذارد.
 - **رابطه بین ذی‌نفعان و جامعه:** یک سازمان باید از یک طرف رابطه میان منافع ذی‌نفعان خود که به طور مستقیم تحت تأثیر فعالیت‌های سازمان است و از طرف دیگر انتظارات جامعه را درک کند. با اینکه ذی‌نفعان مستقیم سازمان نیز بخشی از جامعه محسوب می‌شوند، ممکن است دارای منافع باشند که با انتظارات جامعه همسو نباشد. به عبارت دیگر، ذی‌نفعان یک سازمان منافع خاصی در ارتباط با آن سازمان دارند که این منافع می‌توانند از انتظاراتی که جامعه از رفتار مسئولانه اجتماعی یک شرکت در رابطه با مسائل مختلف دارد، متمایز باشد.
- مسئولیت اجتماعی که در فرهنگ یک سازمان ادغام شده است باید در کلیه تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌های سازمان نمود داشته باشد و خود را نشان دهد. انسان‌دوستی و فعالیت‌های خیرخواهانه می‌تواند تأثیر مثبتی بر جامعه داشته باشد، اما هرگز نباید جانشینی برای یکپارچه‌کردن و ادغام مسئولیت اجتماعی در سراسر سازمان به شمار آید و موجب غفلت از سایر ابعاد و جنبه‌های مسئولیت اجتماعی گردد.

اصول مسئولیت اجتماعی

هنگام حرکت به سوی نهادهای سازی مسئولیت اجتماعی و عمل نمودن به ابعاد مختلف آن، هدف فراگیر یک سازمان افزایش مشارکت در توسعه پایدار جامعه است. برای دستیابی به این هدف، اگرچه اصول مسئولیت اجتماعی را نمی‌توان در فهرستی محدود کرد، اما سازمان‌ها می‌بایست به هفت اصلی که در پی می‌آید، احترام بگذارند و به آن‌ها پایبند باشند:

پاسخگویی

یک سازمان باید پاسخگوی تأثیرات فعالیت‌های خود بر اقتصاد، اجتماع و محیط زیست باشد.

شفافیت

یک سازمان باید در مورد آن دسته از تصمیمات و فعالیت‌هایش که بر جامعه و محیط زیست اثر می‌گذارند، به نحوی آشکار و شفاف عمل کند.

رفتار اخلاقی

یک سازمان باید همواره اخلاقی و بر اساس اصول اخلاقی صداقت، برابری و درستی رفتار نماید.

احترام به منافع ذینفعان

یک سازمان باید همواره منافع ذینفعان خود را مد نظر داشته باشد، حقوق آن‌ها را محترم شمارد و در جهت تأمین منافع آنان بکوشد.

احترام به حاکمیت قانون

یک سازمان باید به احترام به حاکمیت قانون به عنوان یک الزام نگاه کند.

احترام به هنجارهای رفتاری بین‌المللی

یک سازمان باید به هنجارهای رفتاری بین‌المللی، همچنان که به اصل حاکمیت قانون وفادار است، احترام بگذارد.

احترام به حقوق بشر

یک سازمان باید به حقوق بشر احترام بگذارد و هر دو جنبه اهمیت و جهانی بودن آن را قبول داشته باشد.

موضوعات اصلی مسئولیت اجتماعی

برای تعیین دامنه شمول مسئولیت اجتماعی، شناسایی مسائل مرتبط و اولویت‌بندی آنان، یک سازمان باید موضوعات اصلی ذیل را در محدوده مسئولیت اجتماعی خود مد نظر قرار دهد:

۱. حاکمیت سازمانی (سازمان داری)
۲. کارکنان و فعالیت‌های کاری
۳. محیط زیست
۴. کسب و کار منصفانه
۵. مسائل مربوط به مشتریان و مصرف‌کنندگان
۶. مشارکت در توسعه جوامع محلی
۷. حقوق بشر / شهروندی

هر یک از این موضوعات اصلی به نوبه خود دربردارنده طیف گسترده‌ای از مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی است که در این بخش همراه با اقدامات و انتظارات مرتبط با آنها توضیح داده خواهد شد. لازم به ذکر است که این اقدامات و انتظارات، حداقل‌های تعیین شده است.

با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی موضوعی پویا است که تکامل تدریجی نگرانی‌های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی را منعکس می‌نماید، ممکن است مسائل تکمیلی دیگری نیز در آینده مطرح شوند.

۱. حاکمیت سازمانی (سازمان داری)

حاکمیت سازمانی و مسئولیت اجتماعی

حاکمیت سازمانی، شامل مجموعه‌ای از روابط بین هیئت مدیره، مدیریت شرکت، کمیته‌های هیئت مدیره، سهامداران، مقامات ناظر و سایر ذی‌نفعان است. نظام راهبری سازمانی یا حاکمیت سازمانی مؤثر و مطلوب باید انگیزه‌های مناسب را برای هیئت مدیره و مدیریت که به دنبال تأمین اهداف و منافع شرکت و سهامداران آن هستند، فراهم کند و پایش و نظارت مؤثر و کارا بر عملکرد سازمان را تسهیل نماید.

حاکمیت سازمانی، اساسی‌ترین عامل در توانمندسازی یک سازمان برای مسئولیت‌پذیری در قبال تأثیرات فعالیت‌ها و تصمیمات خود و همچنین یکپارچه‌سازی و ادغام کامل مسئولیت اجتماعی در سراسر سازمان و سپس جاری و ساری ساختن آن در تمامی سطوح سازمان است. حاکمیت سازمانی در مفهوم مسئولیت اجتماعی جایگاه ویژه‌ای دارد این جایگاه ویژه، بیانگر این اصل مهم است که هر سازمانی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در استراتژی‌های خود تعریف می‌نماید باید دارای نظام راهبری سازمانی مطلوب و مؤثری نیز باشد که سازمان را قادر به پایبندی اصول مسئولیت اجتماعی و نظارت بر آنها کند.

اقدامات و انتظارات مرتبط

فرآیندها و ساختارهای تصمیم‌گیری یک سازمان باید آن را قادر سازد تا:

- استراتژی‌ها و اهدافی را تعیین کند که نشان‌دهنده تعهد سازمان به مسئولیت اجتماعی باشد؛
- تعهد رهبری و مقامات ارشد سازمان به مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی را نشان دهد؛
- محیط و فرهنگی در سازمان ایجاد کند که اصول مسئولیت‌های اجتماعی در آن تمرین شود؛
- مجموعه‌ای از مشوق‌های اقتصادی و غیر اقتصادی جهت تشویق و ترغیب عمل بر اساس مسئولیت اجتماعی تعریف کند؛
- فرصت عادلانه‌ای را برای تمامی گروهها به منظور احراز مقامات ارشد در سازمان فراهم نماید؛
- مشوق مشارکت کارکنان سازمان در تمامی سطوح در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی باشد؛
- جهت ارزشمند کردن احترام و اعتقاد به قانون تلاش کند؛
- به کنوانسیون‌ها و اقدامات بین‌المللی مرتبط با مسئولیت سازمانی در راستای مطرح شدن در عرصه جهانی بپیوندد؛
- برای شناخت و از بین بردن یا تضعیف تأثیرات قوانینی که مغایر با اصول مسئولیت اجتماعی هستند، تلاش کند؛
- در جهت ایجاد انسجام و همدلی میان شبکه‌های فعالیت و حوزه کاری خود تلاش کند؛ (حوزه نفوذ)
- از شفافیت اطلاعاتی و عدم وجود تبعیض در به اشتراک‌گذاری اطلاعات اطمینان یابد؛
- در جهت تقویت فرهنگ اخلاق کسب و کار و متعهد ساختن مدیران ارشد به آن، تلاش کند.

۲. کارکنان و فعالیتهای کاری

کارکنان و فعالیتهای کاری و مسئولیت اجتماعی

فعالیتهای کاری عبارتند از: استخدام و ارتقای کارکنان؛ روشهای اجرایی رسیدگی به شکایت و موارد انضباطی؛ انتقال و جابه جایی کارگران؛ فسخ قرارداد؛ توسعه آموزش و مهارت‌ها؛ سلامتی، ایمنی و بهداشت صنعتی و هر خط‌مشی یا فعالیت دیگری که بر شرایط کار به خصوص ساعات کاری و (دستمزد) کارکنان اثرگذار است. فعالیتهای کاری همچنین به رسمیت شناختن سازمان‌های کارگری و اتحادیه‌ها و مشارکت اتحادیه‌های کارگران و کارفرمایان در گفتگوهای دسته‌جمعی، گفتگوهای اجتماعی و رایزنی‌های سه‌جانبه برای یافتن راهکارهای مناسب در رابطه با مسائل اجتماعی مربوط به استخدام را شامل می‌شوند.

اشتغال‌زایی ایجاد کار مفید، مسئله‌ی دستمزد و پاداش‌های پرداختی برای کار انجام‌شده، از جمله مهم‌ترین وظایف اقتصادی و اجتماعی یک سازمان محسوب می‌شود. فعالیتهای کاری بیشترین تأثیر را بر احترام به قوانین دارند و به ایجاد احساس وجود عدالت و انصاف در جامعه کمک می‌کنند. فعالیتهای کاری (به همراه عمل) مرتبط با مسئولیت اجتماعی برای ایجاد عدالت اجتماعی، پایداری و آرامش در جامعه ضروری است.

اقدامات و انتظارات مرتبط

یک سازمان باید:

- از وجود فرصت‌های برابر برای تمامی کارکنان و همچنین عدم وجود تبعیض مستقیم یا غیر مستقیم در هر فعالیت کاری اطمینان یابد؛
- اهمیت امنیت شغلی را برای کارگر و جامعه، به رسمیت بشناسد.
- یک سازمان باید پرداخت حداقل دستمزد قانونی را برای تمام کارکنان و کارگران رعایت کند. برای تحقق این امر، سازمان باید سطح عمومی دستمزد در کشور، هزینه‌های زندگی، مزایای امنیت (تأمین) اجتماعی و استانداردهای زندگی مربوط به سایر گروه‌های جامعه را مد نظر قرار دهد.
- شرایط کاری مناسب در رابطه با ساعات کار، مرخصی‌ها، شب‌کاری، نوبت‌کاری، رعایت شرایط قانونی کار زنان، کار نوجوانان، حمایت از زنان باردار و مادران، کمک به نگهداری از کودکان و امکان برقراری تعادل میان مسئولیتهای کاری و خانوادگی را فراهم کند؛
- اهتمام به پرداخت مزایای قانونی کارگر در زمان رکود و زمینه‌سازی برخورداری از بیمه بیکاری در صورت کاهش فعالیت بنگاه و یا توقف آن داشته باشد؛
- بر اساس رفتاری منصفانه و بدون تبعیض، دسترسی کارگران را به توسعه مهارت‌ها، آموزش و کارآموزی افزایش دهد و فرصت‌هایی برای پیشرفت شغلی (در اختیارشان قرار دهد) میسر سازد و در جهت توانمندسازی آنان اقدام کند؛
- به حق تشکیل یا پیوستن کارکنان به تشکلهای صنفی یا گفتگوهای دسته‌جمعی، برای افزایش یا حمایت از منافعشان احترام بگذارد؛
- به توسعه، اجرا و حفظ سیاست ایمنی و بهداشت در محیط کار بر اساس این اصل که استانداردهای مناسب ایمنی و بهداشت و عملکرد سازمانی تقویت‌کننده و حمایت‌کننده‌ی یکدیگر هستند، بپردازد؛
- یک خط‌مشی (سیاست) ایمنی و بهداشت را اتخاذ کند و برای به حداقل رساندن یا از بین بردن حوادث ایمنی و بهداشتی، آن‌ها را ثبت و بررسی کند؛
- از فعالیتهای کاری ناعادلانه، استثمار و یا سوءاستفاده از شرکا، تأمین‌کنندگان یا پیمانکاران فرعی بپرهیزد.

۳. محیط زیست

محیط زیست و مسئولیت اجتماعی

جامعه با مشکلات زیست‌محیطی عدیده‌ایی از جمله فرسایش منابع طبیعی، آلودگی، تغییرات آب و هوا، تخریب زیستگاه‌ها، از بین رفتن تنوع زیستی، اتلاف فضاها، نابودی اکوسیستم‌ها و تخریب محل سکونت انسان در مناطق شهری و روستایی مواجه است. از سوی دیگر رشد روزافزون جمعیت جهان و افزایش مصرف‌گرایی، مسائلی چون امنیت بشر، بهداشت و رفاه اجتماعی را بیش از پیش تهدید می‌کند. بنابراین، نیاز به شناسایی امکاناتی جهت کاهش و حذف حجم الگوی ناپایدار تولید و مصرف و همچنین اطمینان از پایداری منابع مصرفی برای هر فرد، احساس می‌شود. به منظور کاهش پیامدهای زیست‌محیطی، سازمان‌ها باید یک خط مشی یکپارچه که الزامات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی وسیع‌تری را برای تصمیمات و فعالیت‌هایشان در نظر می‌گیرد، اتخاذ کنند. آموزش‌های زیست‌محیطی و ظرفیت‌سازی در این زمینه، بنیان توسعه و پایداری جوامع و بهبود سبک زندگی به شمار می‌آیند.

اقدامات و انتظارات مرتبط

در ارتباط با کلیه فعالیت‌ها، محصولات و خدمات تولیدی، سازمان باید:

- ابعاد و تأثیر تصمیمات و فعالیت‌های خود را بر محیط اطراف مشخص کند و به اجرای اقداماتی در جهت کاهش تدریجی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم در ایجاد آلودگی در حوزه‌ی نفوذ و کنترل خود به خصوص از طریق توسعه (تولید) محصولات و خدمات دوستدار محیط زیست بپردازد؛
- در گسترش فعالیت‌های اقتصادی خود، در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی به مسائل زیست‌محیطی توجه ویژه‌ایی داشته باشد؛
- در رفع آلودگی کلان‌شهرها و در کاهش ترافیک کلان‌شهرها مشارکت کند؛
- در جهت صرفه‌جویی در انرژی تلاش کند (شامل خرید مواد اولیه کم‌مصرف، صرفه‌جویی در فرآیندهای تولیدی و توسعه محصولات و خدمات کم مصرف)؛
- از سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در زمینه محیط زیست و از ابتکار عمل‌های آنان حمایت کند.

۴. کسب و کار منصفانه

کسب و کار منصفانه و مسئولیت اجتماعی

کسب و کار منصفانه، به رفتارهای اخلاقی یک سازمان در ارتباط با سایر سازمان‌ها مربوط می‌شود. این رفتارها روابط میان سازمان‌ها و مؤسسات دولتی، شرکا، تأمین کنندگان، پیمانکاران، رقبا و انجمن‌هایی که سازمان‌ها در آن عضو هستند را شامل می‌شود. در حوزه مسئولیت اجتماعی، کسب و کار منصفانه به شیوه‌هایی مربوط می‌شود که سازمان از روابط خود با سایر سازمان‌ها برای ایجاد نتایج مثبت، استفاده کند. نتایج مثبت با اتخاذ شیوه رهبری و ترویج گسترده‌تر مسئولیت اجتماعی در میان (در بین) حوزه نفوذ و ملزم ساختن حوزه نفوذ و شبکه ارتباطی به رعایت ابعاد مختلف مسئولیت‌های اجتماعی، قابل دستیابی است.

اقدامات و انتظارات مرتبط

برای جلوگیری از به وجود آمدن فساد و پرداخت رشوه، سازمان باید:

- ریسک‌های فساد را شناسایی کند و سیاست‌ها و فعالیت‌هایی که با فساد، رشوه و اخاذی مقابله می‌کنند را اجرا کند و توسعه دهد؛
- کارمندان و نمایندگان خود را تشویق کند که هر گونه تخلف از سیاست‌های سازمان را از طریق مکانیزم‌هایی که گزارش‌دهی را بدون هراس از انتقام یا اخراج از کار ممکن می‌سازند، گزارش کنند؛
- از کوشش کارمندان و نمایندگان خود برای ریشه‌کنی رشوه و فساد حمایت کند، آنان را آموزش دهد و انگیزه‌ها و مشوق‌هایی را برای ارتقای شغلی آنان در نظر گیرد؛
- فعالیت‌های خود را مطابق با قوانین رقابتی تنظیم کند و با مراجع رقابتی همکاری نماید و رویه‌ها و سایر روش‌های حفاظتی را برای جلوگیری از مشارکت یا همدستی در فعالیت‌های ضد رقابتی، تدوین کند؛
- به معیارهای اخلاقی، اجتماعی، زیست‌محیطی، برابری و همچنین شفافیت و صراحت در سیاست‌های خرید، توزیع و پیمانکاری پایبند باشد؛
- از افزایش سطح آگاهی شرکای تجاری خود نسبت به مسئولیت اجتماعی، حمایت کند؛
- در بالابردن سطح آگاهی سازمان‌هایی که به اصول و مسائل مسئولیت اجتماعی مربوط هستند، فعالانه مشارکت کند؛
- سیاست‌ها و فعالیت‌هایی که احترام به حقوق مالکیت را ارتقا می‌دهند، تدوین و اجرا نماید؛
- به تقویت فرهنگ داوری و میانجیگری و مکانیزم‌های حل اختلاف بپردازد.

۵. مسائل مربوط به مصرف کننده (رعایت حقوق مصرف کننده)

مسائل مربوط به مصرف کننده و مسئولیت اجتماعی

سازمان‌ها در قبال مصرف کنندگان و مشتریان خود مسئول هستند. این مسئولیت‌ها عبارتند از: آموزش مصرف کنندگان، ارایه‌ی اطلاعات صحیح و شفاف مرتبط با محصولات و خدمات به آنان، استفاده از اطلاعات بازاریابی عادلانه، صادقانه و شفاف، فرایندهای قراردادی، ترویج فرهنگ مصرف درست و مصرف پایدار و همچنین طراحی محصولات و خدماتی جهت دسترسی گروه‌های آسیب‌پذیر و کم‌درآمد. مسائل مربوط به مصرف کننده در حیطه مسئولیت اجتماعی به فعالیت‌های بازاریابی عادلانه، حفاظت از امنیت و سلامت مصرف کنندگان، ترویج الگوی مصرف پایدار، حل منازعات و جبران خسارات، حفاظت از اطلاعات و حریم خصوصی مشتریان، دسترسی به محصولات و خدمات ضروری، و آموزش مربوط می‌شوند. راهنماهای سازمان ملل در زمینه حمایت از مصرف کننده، اطلاعات مهمی در مورد مسائل مربوط به مصرف کننده و مصرف پایدار ارائه می‌کنند.

اقدامات و انتظارات مرتبط

در هنگام ارتباط با مصرف کننده، سازمان باید:

- از ارایه اطلاعات شفاف و کافی درباره قیمت‌ها، تعاریف و شرایط و هزینه‌ها اطمینان حاصل کند؛
- با در نظر داشتن نیازهای مصرف کنندگان متفاوت و احترام به سلیقه متفاوت آن‌ها، از مناسب بودن طراحی و اطلاعات مندرج روی محصولات و خدمات اطمینان یابد؛
- مصرف کنندگان را در استفاده درست و بهینه از محصولات راهنمایی و آنان را نسبت به خطرات احتمالی و قابل پیش بینی مربوط به استفاده از محصول آگاه کند؛
- محصولات پایدار را در چرخه تولید و توزیع خود وارد کند؛
- نحوه دسترسی به خدمات پس از فروش، پشتیبانی، حل اختلاف و مکانیزم‌های جبران خسارت را به طور شفاف در اختیار مصرف کننده قرار دهد؛
- به عوامل بومی/ سنتی در کسب و کار و رعایت حقوق مصرف کننده توجه کند؛
- از الحاق و پذیرش بندهای ناعادلانه در قراردادها که به نحوی به ضرر مصرف کنندگان تمام می‌شود مانند حذف ناعادلانه مسئولیت (رفع مسئولیت و عدم پاسخگویی)، حق یک جانبه تغییر قیمت‌ها و شرایط، انتقال خطر ورشکستگی به مصرف کنندگان، قراردادهای طولانی مدت بی جهت، به کارگیری شیوه های نامتعارف برای گرفتن وام، اجتناب کند؛
- مصرف پایدار و مسئولانه را تشویق کند؛
- برنامه بازاریابی و تبلیغات شرکت، مسئولانه و صادقانه باشد.

۶. مشارکت و توسعه جامعه

توسعه جامعه و مسئولیت اجتماعی

امروزه سازمان‌ها به شکلی گسترده با جوامعی که در آن فعالیت می‌کنند، در تعامل هستند. این تعامل و ارتباط باید با هدف مشارکت در توسعه جامعه باشد. مسائل مرتبط با توسعه اجتماعی که یک سازمان می‌تواند در آن سهیم باشد، عبارتند از: اشتغال‌زایی از طریق گسترش و متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی، رشد فناوری، ایجاد ثروت و درآمد از طریق سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی و اجرای طرح‌های توسعه اقتصادی محلی و گسترش آموزش و برنامه‌های توسعه‌ی مهارت‌ها، ارتقا و حفظ فرهنگ و هنر و افزایش ارائه خدمات سلامتی و بهداشتی به جامعه. توسعه اجتماعی همچنین ممکن است شامل تقویت نهادی جامعه و سازمان‌های مردم‌نهاد، برگزاری گردهمایی‌ها، برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی، زیست‌محیطی و تقویت شبکه‌های محلی متشکل از نهادهای متعدد باشد.

سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی که به توسعه جامعه کمک می‌کنند قادر به حفظ و بهبود روابط یک سازمان با جامعه خود بوده و ممکن است در ارتباط با فعالیت‌های اصلی یک سازمان باشد. با وجود اینکه برخی از جنبه‌های اقدامات مورد بحث در این بخش به عنوان اقدامات بشردوستانه تلقی می‌شود، لازم به تأکید است که فعالیت‌های بشردوستانه به تنهایی تعهد یک شرکت به مسئولیت اجتماعی را نشان نمی‌دهند و دستیابی به هدف یکپارچه‌سازی مسئولیت اجتماعی در سازمان را تأمین نمی‌کنند.

اقدامات و انتظارات مرتبط

سازمان باید:

- به گروه‌های آسیب‌پذیر در رابطه با بحث اشتغال، توانمندسازی و توسعه ظرفیت آنها توجه کند؛
- به تقویت فرهنگ سرمایه‌گذاری و ترویج کار گروهی کمک کند؛
- برای افزایش آگاهی در زمینه بیماری‌های خطرناک و پیش‌گیری از آنها، مانند HIV/AIDS و سرطان تلاش کند؛
- در توسعه فناوری‌های ارزان قیمت که تأثیر اجتماعی بسزایی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی دارند، مشارکت کند.
- با انجمن‌های محلی و سازمان‌های جامعه مدنی با هدف مشارکت در افزایش رفاه عمومی و توسعه جامعه همکاری کند؛
- عموم مردم و به ویژه کارکنان خود را به فعالیت‌های داوطلبانه در خدمات اجتماعی تشویق کند؛
- در برنامه‌هایی که دسترسی به غذا و دیگر محصولات ضروری را برای اقشار آسیب‌پذیر فراهم می‌کند، شرکت کند؛
- به فعالیت‌های داوطلبی کارکنان خود در سازمان‌های مردم‌نهاد و NGO ها که موجب ایجاد رضایتمندی و آرامش در آنان می‌شود، اهمیت دهند؛
- پیوستن به ابتکارات و اقدامات بین‌المللی مسئولیتهای اجتماعی و همکاری با نهادهای مرتبط با مسئولیتهای اجتماعی را تشویق و ترویج کند؛
- به ثبت نام کودکان در آموزش‌های رسمی و از میان برداشتن موانع برای آموزش کودکان نظیر کار کودک، کمک نماید؛
- تأمین‌کنندگان و تهیه‌کنندگان محلی محصولات و خدمات را در اولویت همکاری و مشارکت قرار دهد؛
- در توسعه فناوری‌های نوین که راه‌حلی برای مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی هستند، همکاری و مشارکت کند؛
- در توسعه و گسترش آموزش به شکل‌ها و پشتیبانی از توسعه تشکلهای و تشکلهای مشارکتی مشارکت کند؛
- در فرهنگ‌سازی و نهادینه‌کردن موضوع مسئولیت اجتماعی سازمانی، تلاش کند.

۷. حقوق بشر / شهروندی

حقوق بشر / شهروندی و مسئولیت اجتماعی

شناسایی و احترام به حقوق بشر از الزامات رعایت قانون و جنبه‌های عدالت اجتماعی و برابری است که به عنوان پایه و اساس ساز و کار یکی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین نهادهای جامعه یعنی قوه قضاییه در نظر گرفته می‌شود. دولت‌ها مسئول و موظف به احترام، حمایت و اجرای حقوق بشر هستند. علاوه بر آن، هر سازمان نیز مسئول احترام به حقوق بشر در درون سازمان و همچنین حوزه نفوذ خود است.

اقدامات و انتظارات مرتبط

به منظور احترام به حقوق بشر، سازمان‌ها موظفند با بررسی دقیق، نهایت کوشش خود را در تشخیص تأثیرات منفی اقداماتشان بر حقوق بشر به کار برند و از هر گونه نقض این حقوق جلوگیری به عمل آورند. لازم به ذکر است که یک سازمان نه فقط ملزم به رعایت حقوق بشر در درون خود است بلکه باید رعایت این حقوق را در ارتباط سازمان‌های همکار و یا سازمان‌هایی که به نوعی با آن‌ها در ارتباط است مانند شرکای تجاری خود، مد نظر قرار دهد. سازمان‌ها باید در ارتباط با رعایت حقوق بشر اقدامات ذیل را انجام دهند:

- از ایجاد شرایط برابر برای همه در مقابل قانون اطمینان حاصل کنند؛
- فرصت‌هایی را برای آموزش و حضور جوانان برای جایگزینی با نسل‌های فعلی صاحب منصب فراهم کنند؛
- از مورد تبعیض واقع نشدن کارکنان، شرکا، مشتریان، ذی‌نفعان، اعضا و هر ذی‌نفع دیگری که به نحوی با سازمان در ارتباط است یا از آن می‌تواند تأثیر پذیرد، اطمینان حاصل کنند؛
- مشتریان خود را از شرایط اقتصادی و اجتماعی که کالاها و خدمات در آن تولید شده‌اند، آگاه نمایند؛
- به افزایش آگاهی گروه‌های آسیب‌پذیر نسبت به حقوقشان توجه کنند؛
- هنگام فعالیت و تصمیم‌گیری، حقوق مردم بومی را به رسمیت بشناسند و به آن احترام بگذارند؛
- آزادی انجمن و گفتگوی دسته‌جمعی را به رسمیت بشناسند؛
- فرصت‌های برابر را برای بانوان در فعالیت‌های اقتصادی فراهم کنند؛
- به ترویج فعالیت‌های جمعی و صنفی بپردازند؛
- در صورت نقض حقوق، شرکت باید منافع جایگزین را تعریف کند.

جدول پیوست

کارکنان

در حوزه تشکلهای صنفي و تجاری	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه اتاق	مولفه ها
	√		توجه به حقوق اولیه کارکنان و نیازهای معیشتی آنان و خانواده‌هایشان؛ رعایت حداقل‌های قانونی پرداخت دستمزد و مزایا
	√		حفظ بنیاد خانواده در برابر تبعات معضلات اقتصادی بنگاه‌ها؛ پرداخت مزایای قانونی کارگر در زمان رکود و زمینه‌سازی برخورداری از بیمه بیکاری در صورت کاهش فعالیت بنگاه و یا توقف آن
	√		توجه به آموزش و توانمندسازی نیروی کار
	√		فراهم‌کردن شرایط کاری مناسب در رابطه با ساعات کار، مرخصی‌ها، شب‌کاری، نوبت‌کاری، رعایت شرایط قانونی کار زنان، کار نوجوانان، حمایت از زنان باردار و مادران و امکان برقراری تعادل میان مسئولیت‌های کاری و خانوادگی و ...
	√		احترام به حق تشکیل اتحادیه‌های کارگری یا پیوستن کارکنان به تشکلهای صنفی و گفتگوهای دسته‌جمعی برای افزایش یا حمایت از منافعشان
	√		اجرا و حفظ یک خط‌مشی تأمین ایمنی و بهداشت در محل کار و بررسی حوادث ایمنی و بهداشتی و ثبت آن‌ها برای به حداقل رساندن یا از بین بردن این حوادث

مشتریان و مصرف‌کنندگان

در حوزه تشکلهای صنفي و تجاری	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه اتاق	مولفه ها
√	√		توجه به عوامل بومی/ سنتی در کسب و کار و رعایت حقوق مصرف‌کننده
	√		ارایه اطلاعات شفاف و کافی درباره قیمت‌ها، تعاریف، شرایط و هزینه‌ها
	√		با لحاظ کردن نیازهای مصرف‌کنندگان متفاوت و احترام به سلیقه متفاوت آن‌ها، از مناسب بودن طراحی و اطلاعات مندرج روی محصولات و خدمات اطمینان حاصل کند.
	√		راهنمایی مصرف‌کنندگان در استفاده درست از محصولات و آگاه نمودن آنان نسبت به خطرات احتمالی و قابل پیش‌بینی مربوط به استفاده از محصول
	√		در اولویت قرار دادن محصولات پایدار در چرخه تولید
	√		در اختیار قرار دادن شفاف نحوه دسترسی به خدمات پس از فروش، پشتیبانی، حل اختلاف و مکانیزم‌های جبران خسارت به مصرف‌کننده

	√	√	تشویق مصرف پایدار و مسئولانه
	√	√	تبلیغات و برنامه‌های بازاریابی مسئولانه و صادقانه
	√		رعایت استانداردهای ملی
	√		به دنبال حذف اثرات منفی فرایندهای تولید، محصولات یا خدمات تولیدشده توسط سازمان، باشد.

توسعه جامعه

مؤلفه‌ها	در حوزه اتاق	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه تشکلهای صنفی و تجاری
اعتلای پیشکسوت‌گرایی	√		√
توجه به گروه‌های آسیب‌پذیر در رابطه با بحث اشتغال و ظرفیت‌سازی		√	
تلاش برای افزایش آگاهی در زمینه بیماری‌های خطرناک و پیشگیری از آنها، مانند HIV/AIDS و سرطان	√	√	
کمک به تقویت فرهنگ سرمایه‌گذاری در بخش تولیدی و ترویج کار گروهی	√		√
مشارکت در توسعه فناوری‌های اجتماعی ارزان قیمت که تأثیر اجتماعی بسزایی بر ریشه‌کنی فقر و گرسنگی دارند.	√		
همکاری با انجمن‌های محلی و سازمان‌های جامعه مدنی با هدف مشارکت در افزایش رفاه عمومی و پیشبرد اهداف توسعه جامعه	√		
تشویق عموم مردم و به ویژه کارکنان به فعالیت‌های داوطلبانه در خدمات اجتماعی	√		
همکاری در برنامه‌هایی که دسترسی به غذا و دیگر محصولات ضروری را برای اقشار آسیب‌پذیر، فراهم می‌کنند.		√	
زمینه‌سازی برای ظرفیت‌سازی و توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد و NGO ها		√	
تشویق و ترویج پیوستن به ابتکارات و اقدامات بین‌المللی مسئولیت‌های اجتماعی و مشارکت در نهادهای مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی		√	
تشویق به حمایت از ثبت نام کودکان در آموزش‌های رسمی و از میان برداشتن موانع برای آموزش کودکان نظیر زمینه‌سازی برای آموزش کودکان کار		√	
در اولویت قراردادن تأمین‌کنندگان و تهیه‌کنندگان محلی محصولات و خدمات		√	
همکاری در توسعه فناوری‌های نوین که راه حل مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی هستند.		√	
مشارکت در توسعه و گسترش آموزش		√	

	√		ساماندهی و نظم‌بخشی به تشکل‌ها و حمایت از توسعه تشکل‌ها و تشکل‌گرایی
	√		تلاش در فرهنگ‌سازی و نهادینه‌کردن موضوع مسئولیت‌های اجتماعی
	√		سامان‌دهی موضوع همایش‌هایی که برترین، بهترین، اولین‌ها در گردهمایی‌هایی که موجب کاهش انگیزه در سایر بنگاه‌ها می‌شود.

حاکمیت سازمانی

در حوزه تشکلهای صنعی و تجاری	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه اتاق	مولفه‌ها
	√		تعیین استراتژی‌ها و اهدافی که نشان‌دهنده‌ی تعهد سازمان‌ها به مسئولیت اجتماعی باشد.
	√	√	فعال کردن کنوانسیون‌هایی که اتاق در آن‌ها عضو شده است.
	√	√	پیوستن به کلیه کنوانسیون‌های مرتبط با اتاق در جهت پررنگ‌تر کردن حضور اعضای اتاق در عرصه‌های بین‌المللی
	√	√	تلاش برای شناخت و از بین بردن یا تضعیف تأثیرات قوانینی که مغایر با عوامل مربوط به مسئولیت اجتماعی است.
√	√	√	مشارکت در نهادینه‌کردن فرهنگ پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی
√	√	√	ایجاد انسجام و همدلی در شبکه‌های اتاق بازرگانی و تشکل‌ها
	√	√	فراهم کردن شفافیت اطلاعاتی در اتاق
√	√	√	تلاش در جهت رفع مشکلات اعضای اتاق
	√		تلاش در جهت تقویت فرهنگ اخلاق کسب و کار و افزایش تعهد مدیران ارشد به آن
	√		ایجاد مجموعه‌ای از مشوق‌های اقتصادی و غیر اقتصادی به منظور تشویق و ترغیب عمل‌نمودن بر اساس مسئولیت اجتماعی
	√		شفافیت در ارائه اطلاعات و عدم تبعیض در به اشتراک‌گذاری اطلاعات
√	√	√	تقویت فرهنگ اخلاق کسب و کار و تعهد مدیران ارشد به کاربرد آن

حفاظت از محیط زیست

در حوزه تشکلهای صنفا و تجاری	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه اتاق	مولفه ها
	√		توجه به مسائل زیست محیطی در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی خود به هنگام گسترش فعالیت های اقتصادی
	√	√	مشارکت در رفع آلودگی کلان شهرها
√		√	مشارکت در کاهش ترافیک کلان شهرها
√	√	√	تلاش در جهت صرفه جویی در انرژی (شامل خرید محصولات کم مصرف و توسعه خدمات و محصولاتی که از طریق به کارگیری فرآیندهای تولیدی کم مصرف، تولید می شوند).
	√		توجه به رعایت حقوق محیط زیست به ابعاد و تأثیرات فعالیت ها و تصمیمات خود بر محیط زیست، توجه کند.
	√		در فرایندهای درون سازمانی خود، مسایل زیست محیطی را رعایت کند.

عملکرد منصفانه

در حوزه تشکلهای صنفا و تجاری	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه اتاق	مولفه ها
	√		تقویت فرهنگ داوری، میانجیگری و مکانیزم های حل اختلاف سریع و آسان
	√		شناسایی ریسک های حاصل از فساد و به کارگیری و توسعه سیاست ها و فعالیت هایی که با فساد، رشوه و اخاذی مقابله می کنند.
	√	√	ایجاد مکانیزم هایی که کارمندان، هر گونه تخلف از سیاست های سازمان را بدون هراس از انتقام یا اخراج از کار، گزارش نمایند.
	√		رویه ها و سایر روش های حفاظتی را برای جلوگیری از مشارکت یا همدستی در رفتارهای ضد رقابتی تدوین کند.
	√		در سیاست های خرید، توزیع و پیمانکاری (چرخه تأمین) معیارهای اخلاقی، اجتماعی، زیست محیطی، برابری جنسیتی و همچنین سلامت و ایمنی را لحاظ کند.
	√		از افزایش سطح آگاهی شرکای تجاری خود در زمینه مسئولیت اجتماعی، حمایت کند.
	√		مشارکت در نهادهای مرتبط با مسئولیت های اجتماعی

حقوق بشر و شهروندی

در حوزه تشکلهای صنفي و تجاری	در حوزه بنگاه اقتصادی	در حوزه اتاق	مولفه ها
	√		ایجاد فرصت برای آموزش و حضور جوانان برای جایگزینی با نسل‌های فعلی ...
	√		ایجاد شرایط برابر برای همه در مقابل قانون و مقررات
	√		اطمینان از مورد تبعیض واقع نشدن کارکنان، شرکا، مشتریان، ذی‌نفعان، اعضا و هرکسی که به نحوی با سازمان در ارتباط است یا می‌تواند از آن تأثیر پذیرد،
	√		مطلع کردن مشتریان از شرایط اقتصادی و اجتماعی که کالاها تحت آن تولید شده‌اند و همچنین آگاه ساختن مصرف‌کنندگان از رعایت مسئولیت اجتماعی در چرخه تولید کالا و خدمات
	√		توجه به افزایش آگاهی گروه‌های آسیب‌پذیر نسبت به حقوقشان
	√		شناسایی و احترام به حقوق مردم بومی هنگام فعالیت و تصمیم‌گیری
	√		حمایت از آزادی انجمن و گفتگوی دسته‌جمعی و حق ایجاد و پیوستن به تشکل‌های کارگری
	√		ایجاد فرصت برابر برای بانوان در فعالیت‌های اقتصادی