

ایزو 26000

استاندارد جهانی برای مسئولیت اجتماعی

ایزو 26000 : استاندارد جهانی برای مسئولیت اجتماعی

خلاصه ای پیرامون ایزو :

ISO (موسسه بین المللی استاندارد)، طراح و سازنده عمده ی استاندارد های بین المللی در جهان، در سال 1947 شروع به کار نمود. 157 گروه استاندارد ملی از کشور های کوچک و بزرگ، صنعتی و در حال توسعه، در همه نقاط جهان در آن عضویت دارند.

ایزو استانداردهای اختیاری را تولید می کند که به همه نوع عملیات و فعالیت تجاری، ارزش و اعتبار می بخشد. استانداردهای ایزو نقش مثبت و مهمی را در دنیای ما ایفا می کنند. آنها ویژگی های مهم نظری کیفیت، اکولوژی، ایمنی، اقتصاد، ضریب اطمینان، سازگاری، کاربرد پذیری، راندمان و کارایی (سودمندی) را تضمین می کنند.

آنها تجارت را تسهیل کرده، اطلاعات را گسترش داده و در پیشرفتهای فناوری و فعالیتهای مدیریتی مناسب، سهیم می باشند.

استاندارد های ایزو همچنین مصرف کنندگان و مشتریان را حمایت و تامین کرده و بسیاری از جنبه های زندگی ما را ساده تر می سازند. ایزو فقط استاندارد های مورد نیاز برای بازار را تولید می کند. این کار توسط کارشناسانی از بخش های صنعتی، فنی و تجاری نیازمند استاندارد، صورت می گیرد که متعاقباً از آنها استفاده می نمایند. این کارشناسان با گروههای دیگری که از اطلاعات و دانش مربوطه برخوردارند، نظیر نمایندگان سازمانهای دولتی، سازمان های حمایت از مصرف کنندگان، لابرتوارهای دانشگاهی و آزمایشگاهی همکاری دارند.

استاندارد های ایزو اعلام شده تحت عنوان استانداردهای بین المللی، وفاق بین المللی در زمینه وضعیت صنعت در فناوری مورد نظر را نشان می دهند.

بخش اول :

1- مسئولیت اجتماعی و ایزو 26000 :

سازمانهای واقع در هر نقطه دنیا و سهامداران و ذینفعان آنها، آگاهی و شناخت فزاینده ای در مورد نیاز به — مزایای — رفتار مسئول از لحاظ اجتماعی، پیدا کرده اند. هدف مسئولیت اجتماعی، کمک به توسعه پایدار می باشد. ایزو 26000، راهکاری را در زمینه اصول اساسی مسئولیت اجتماعی، مسائل و موضوعات اصلی مرتبط با مسئولیت اجتماعی و روش های ادغام و تلفیق و تبدیل رفتار مسئولیت اجتماعی به راهکارها، سیستم ها، اقدامات و فرآیندهای سازمانی فعلی، را ارائه می نماید. ایزو 26000 برای کمک به سازمانها در جهت پیاده سازی توسعه پایدار، طراحی شده است.

2- مفید و مناسب بودن ایزو 26000 را چه کسی تشخیص می دهد؟

ایزو 26000 با همه انواع سازمانها در بخش های خصوصی، دولتی و غیر انتفاعی، اعم از بزرگ و کوچک و اعم از این که در کشور های پیشرفته یا در حال توسعه فعالیت می کنند، همخوانی داشته و متناسب با همه آنها طراحی شده است. شناسایی و تشخیص آنچه که برای اداره سازمان، مهم و مناسب است (از طریق مسائل و ملاحظات خود سازمان و گفت و گو با سهامداران) از جمله مسئولیت های هر سازمان محسوب می گردد.

ایزو 26000، برای کسانی که مسئولیت اجتماعی را بررسی می کنند و نیز افرادی که تجربه کار با آنرا دارند، کارایی بیشتری دارد. نوآموزان و مبتدیان ممکن است آنرا برای خواندن، مناسب تشخیص دهند و از ابتدا تا انتها از آن به عنوان اولین گام در مسئولیت اجتماعی، بهره بگیرند، در حالی که مشتری (مصرف کننده) با تجربه ممکن است از آن برای اصلاح و ارتقای اقدامات و ادغام و تلفیق بیشتر مسئولیت اجتماعی در سازمان استفاده نماید.

3- آیا ایزو 26000 معتبر است ؟

ایزو 26000، یک استاندارد سیستم مدیریت نمی باشد و برای اهداف و مقاصد تایید (گواهی) یا تنظیمی یا قرار دادی، طراحی نشده است. اعطای هرگونه تأییدیه به ایزو 26000، ارائه تصویر نادرست و غلطی از هدف و قصد استاندارد بین المللی می باشد.

4- ایزو 26000 توسط چه کسی ابداع گردید ؟

ایزو 26000، توسط گروه کاری مسئولیت اجتماعی ISO/TMB تولید شد. این کار با استفاده از روش چند سهامداری مشتمل بر کارشناسانی از بیش از 90 کشور و 40 سازمان بیت المللی و منطقه ای دخیل در جنبه های مختلف مسئولیت اجتماعی، صورت گرفته است. این کارشناسان، شش جنبه مختلف از مسئولیت اجتماعی را مطرح می کنند :

مشتریان (مصرف کنندگان) - دولت - صنعت - کار - سازمانهای غیر دولتی (NGO's) - خدمات - پشتیبانی و تحقیقات و غیره.

مضافاً اینکه، قانون ویژه ای برای تعدل میان کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و نیز تعادل و توازن کلی در گروههای برنامه ریزی،وضع گردید.

بخش دوم :

1- ایزو 26000 چه چیزهایی را شامل می شود؟

ایزو 26000 شامل 7 بند (ماده) اصلی است. موارد زیر خلاصه ای از هریک از این مواد (بندها) می باشند :

1- حیطه :

این بند، محتوا و حیطه این استاندارد بین المللی را بیان می کند و محدودیتهای و استثناء های ویژه ای را مشخص می کند.

2- عبارات، تعاریف و عبارات مخفف :

این بند، تعریف عبارات اصلی که در شناخت و درک مسئولیت اجتماعی و استفاده از این استاندارد بین المللی حائز اهمیت هستند، مشخص و ارائه می نماید.

3- درک و شناخت مسئولیت اجتماعی :

این بند، عوامل و شرایط مهمی که در توسعه مسئولیت اجتماعی تأثیر داشته و ماهیت و عملکرد آن را تحت تأثیر قرار می دهند را بیان می کند. این بند همچنین مفهوم مسئولیت اجتماعی، اینکه به چه معناست و طرز استفاده از آن در سازمان را بیان می کند. این بند شامل راهکار به سازمانهای کوچک و متوسط در استفاده از این استاندارد بین المللی می باشد.

4- اصول مسئولیت اجتماعی :

این بند اصول کلی مسئولیت اجتماعی را بیان کرده و توضیح می دهد.

5- شناخت مسئولیت اجتماعی و جذب تعهد سهامداران :

این بند دو روال مسئولیت اجتماعی را بررسی می کند. برداشت سازمان از مسئولیت اجتماعی خود و شناسایی و جلب توجه سهامداران. این بند راهکاری را در رابطه میان سازمان، سهامداران و جامعه مطرح می کند که موضوعات و مسائل اصلی مسئولیت اجتماعی و حوزه ی نفوذ یک سازمان را مشخص می کند.

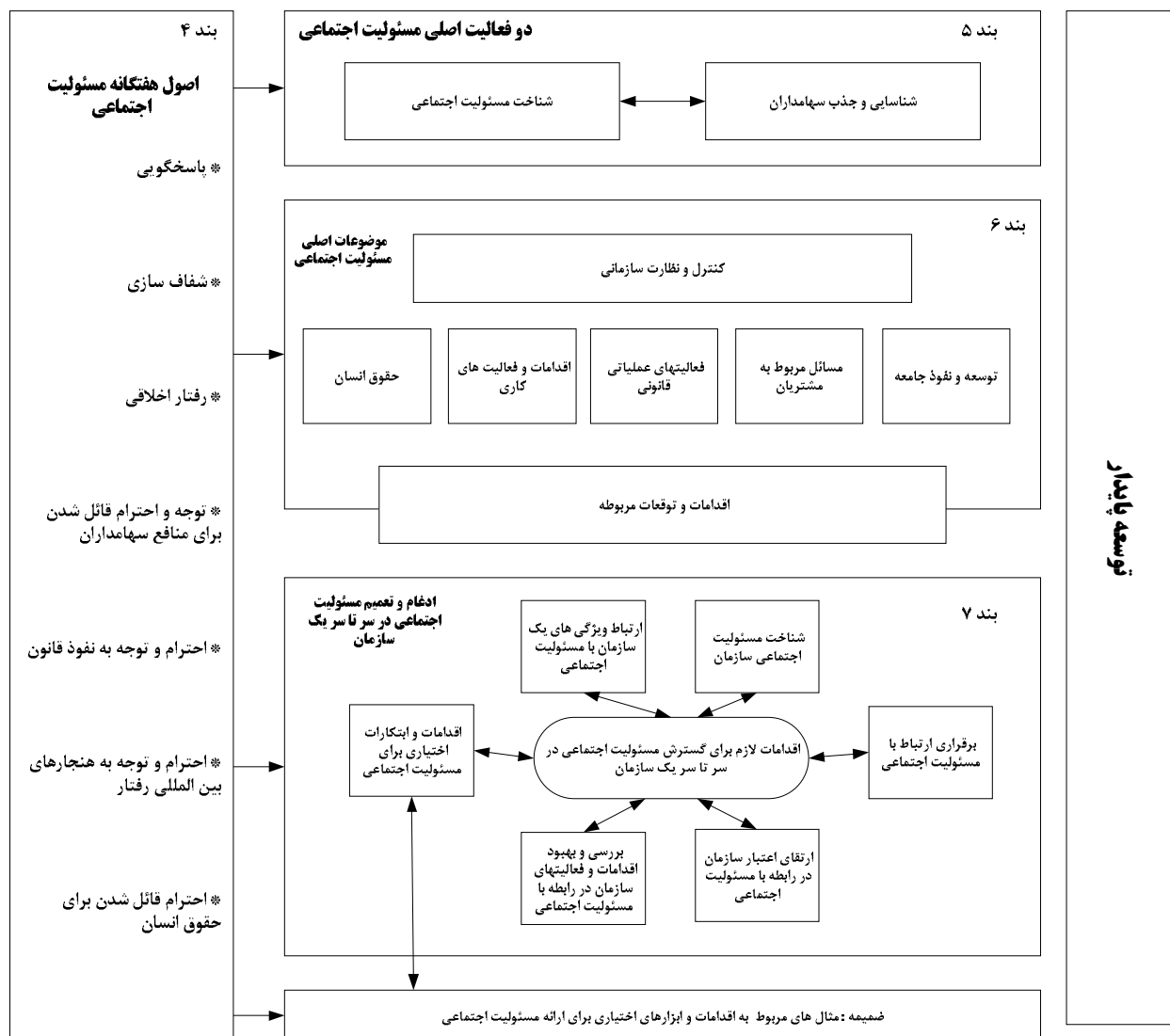
6- ارائه راهکاری در زمینه مسئولیت اجتماعی :

این بند، مسائل و موضوعات اصلی و مرتبط با مسئولیت اجتماعی را توضیح می دهد. برای هر موضوع اصلی، اطلاعات مربوط به حوزه قلمروی آن، رابطه آن با مسئولیت اجتماعی، اصول و ملاحظات مربوطه و انتظارات و امور مربوطه لحاظ می گردند.

7- راهکار مربوط به ادغام مسئولیت اجتماعی در کل یک سازمان :

این بند، راهکاری را در مورد استفاده از مسئولیت اجتماعی در یک سازمان، ارائه می دهد. این بند در بردارنده ی راهکار مربوط به شناخت مسئولیت اجتماعی یک سازمان، ادغام مسئولیت اجتماعی در سر تا سر سازمان، ارتباط در زمینه ی مسئولیت اجتماعی، افزایش اعتبار یک سازمان در رابطه با مسئولیت اجتماعی، بررسی پیشرفتهای و ارتقای کارایی، عملکرد و ارزیابی نوآوری ها و ابتکارات اختیاری در زمینه مسئولیت اجتماعی می باشد.

بررسی اجمالی (نموداری) ایزو ۲۶۰۰۰



2 - مسئولیت اجتماعی چیست؟

ایزو 26000 مسئولیت اجتماعی را به شرح زیر بیان می کند :

مسئولیت یک سازمان برای اثر بخشی تصمیمات و فعالیتهای خود بر جامعه و محیط، از طریق رفتار شفاف و اخلاقی که شامل موارد زیر می باشد :

مد نظر قرار دادن انتظارات و توقعات سهامداران، همخوانی و مطابقت با قانون اجرایی و هنجارهای رفتار بین المللی و تعمیم آن در سراسر سازمان و به کار بستن در تمامی روابط آن.

3 - یک سازمان چگونه از مسئولیت اجتماعی خود تأثیر می پذیرد؟

درک و شناخت و واقعیت عملکرد و کارایی مسئولیت اجتماعی یک سازمان، سایر مسائل را می تواند تحت تأثیر قرار دهد :

*مزیت رقابت

* شهرت و اعتبار آن

* توانایی آن در جذب و حفظ کارگران یا اعضا، مشتریان، مصرف کنندگان یا کاربران

* حفظ روحیه، طرز تفکر، تعهد و بهره وری کارمندان

* نگرش سرمایه گذاران، اهدا کنندگان، اسپانسرها و جامعه مالی و

* رابطه آن با شرکتهای دولتها، رسانه ها، تولید کنندگان، همکاران، مشتریان و جامعه ای که در آن فعالیت می کند.

4 - مزایا و منافع مسئولیت اجتماعی برای یک سازمان :

مسئولیت اجتماعی، مزایای احتمالی بیشتری را برای یک سازمان در پی دارد، این مزایا و منافع عبارتند از :

* ترغیب به تصمیم گیری آگاهانه تر بر اساس شناخت بهتر از انتظارات و توقعات جامعه، فرصتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی (نظیر مدیریت بهتر خطرات و تهدیدهای قانونی) و تهدیدها و خطرات مرتبط با عدم مسئولیت اجتماعی.

* بهبود اقدامات مدیریت بحران (تهدید) سازمان.

* افزایش شهرت سازمان و افزایش اعتماد عمومی

* افزایش رقابت سازمان با رقبای خود که شامل دسترسی به وضعیت مالی و شریک ممتاز می باشد.

* بهبود و ارتقای رابطه سازمان با سهامداران خود و ظرفیت آن برای ابتکار و نوآوری، از طریق ارائه دیدگاهها و نگرش های جدید و تماس با طیف متنوعی از سهامداران.

* افزایش وفاداری، صداقت و روحیه کارمندان، ارتقای ایمنی و سلامت کارگران زن و مرد و تأثیر مثبت بر توانایی استخدام، ترغیب و ابقای کارمندان.

* صرفه جویی حاصل از افزایش بهره وری و راندمان منبع، کاهش مصرف انرژی و آب، کاهش ضایعات، بازیافت محصولات فرعی با ارزش و در دسترس روز افزون به مواد خام

* افزایش اطمینان پذیری و عدالت در معاملات از طریق امور سیاسی مسئولانه، رقابت منصفانه، و فقدان (عدم) فساد و رشوه خواری.

* جلوگیری از یا کاهش تعارضات احتمالی با مشتریان در زمینه محصولات یا خدمات.

* کمک به دوام بلند مدت سازمان از طریق افزایش تداوم منابع طبیعی و خدمات محیطی و

* کمک به تولید کالای عمومی و تحکیم جامعه و نهادهای شهری.