

پیوست شماره ۱



عنوان:

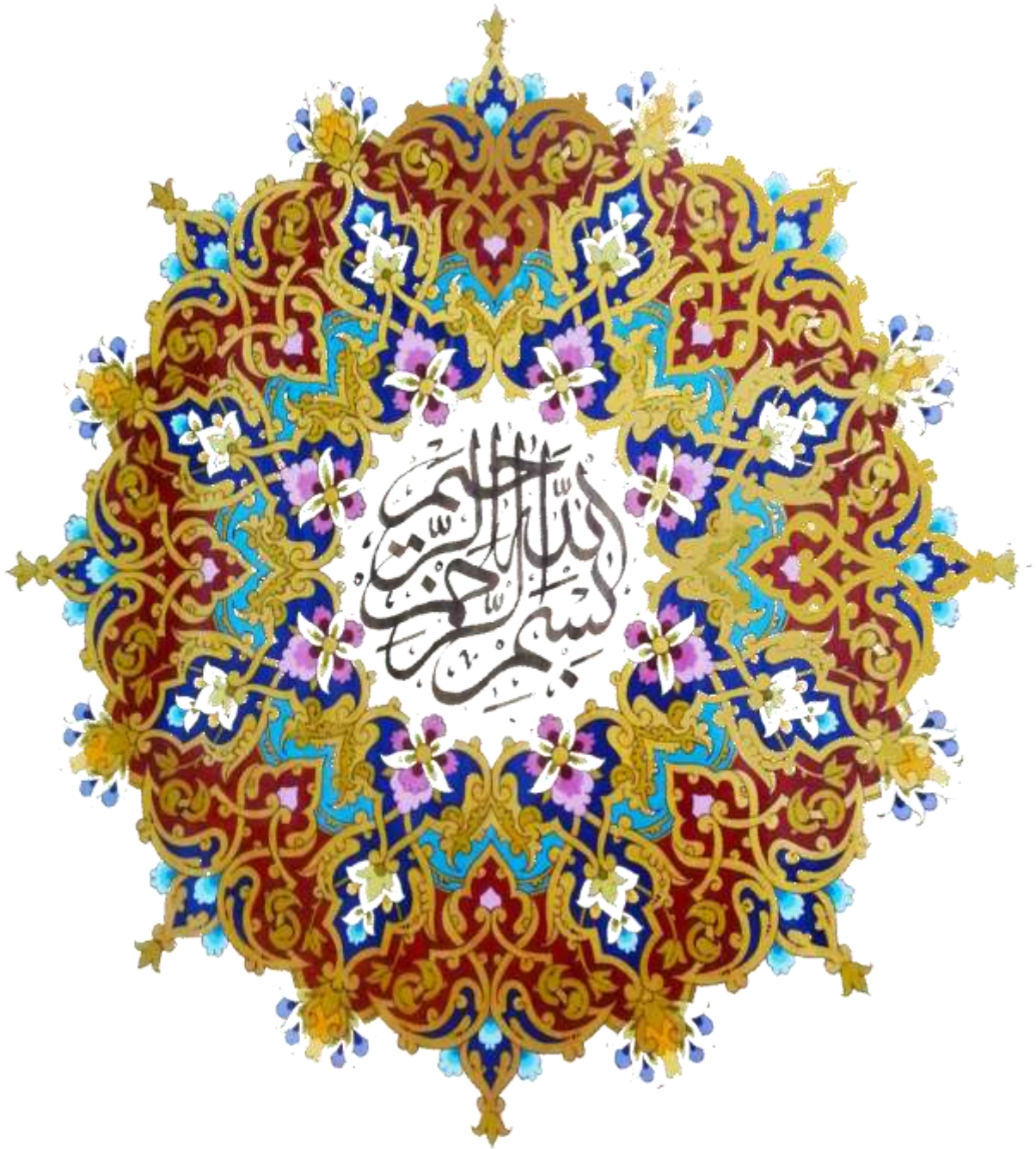
سند راهبردی مسؤلیت اجتماعی
گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در منطقه مابشهر

تهیه و تنظیم:

گروه مشاور مسؤلیت های اجتماعی صنایع پتروشیمی خلیج فارس

اسفند ماه ۱۴۰۰





شناسنامه

عنوان: سند راهبردی مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در منطقه ماهشهر

مدیر برند، مسئولیت اجتماعی و روابط عمومی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس: جواد گلی

مشاور مسئولیت‌های اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس: سید رضا مرویان حسینی

اعضای کمیته مسئولیت اجتماعی خدمات‌محور منطقه ماهشهر: جواد گلی، حمیدرضا رستمی، حسن نشان‌زاده، سیدرضا قاسمی شهری، غلامعلی زالخانی، سید محمد احمدزاده، علیرضا صدیقی‌زاده، رضا صالح احمدی، نوید نادری‌پور، محسن آتش‌زمزم، سید رضا مرویان حسینی

گروه مشاور مسئولیت‌های اجتماعی: علیرضا صابری، علی جعفری‌زاده، مرتضی دارینی، مهدی خیرخواه،

حجت‌واسعی مقدم، محمد امین کریمی ثانی، اکرم شاهد

تهیه و تدوین: اسفند ماه ۱۴۰۰

شماره تماس: ۰۵۱-۳۶۰۲۴۶۷۹

آدرس رایانامه: petrofars.csr@gmail.com

تقدیر و سپاس

سپاس خداوند منان که افتخار خدمتگزاری به مردم شریف و محروم شهرستان بندر ماهشهر را به ما عطا نمود تا بتوان با همکاری مجموعه ذینفعان به ویژه جامعه محلی، با مطالعه اسناد، انجام مطالعات میدانی و اخذ نظرات مدیران ستادی، میانی و عالی شرکت‌های پتروشیمی، مدیران نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری و صاحب نظران و کارشناسان مرتبط، سند راهبردی مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در منطقه ماهشهر را در ۶ بخش تدوین تا زمینه توسعه متوازن و پایدار این منطقه استراتژیک کشور فراهم آورده شود.

بر خود لازم می‌دانیم بدینوسیله از باور عمیق، ایده‌پردازی، راهبری و هدایت‌های هدفمند و اثربخش جناب آقای مهندس ربیعی مدیر عامل محترم وقت گروه؛ اعتقاد راسخ، اتخاذ سیاست اجتماع محوری در توسعه صنعت پتروشیمی و حمایت همه‌جانبه در تقویت و توسعه طرح‌ها و خدمات مسئولیت اجتماعی توسط جناب آقای دکتر علی عسکری مدیر عامل محترم گروه؛ پشتیبانی و تدابیر موثر جناب آقای کلی، مدیر محترم برند، مسئولیت اجتماعی و روابط عمومی گروه، مشارکت مستمر و مجدانه مدیران محترم عامل شرکت‌های تابعه گروه در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی ماهشهر، مشارکت و ارائه نظرات ارزشمند ائمه‌جمعه، فرماندار، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و شهردار محترم؛ مدیران محترم منابع انسانی و روابط عمومی شرکت‌های تابعه گروه و نیز مدیران محترم دستگاه‌ها و نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری شهرستان بندر ماهشهر که در تمام مراحل تدوین این سند و نیز غنی بخشیدن به طرق مختلف همکاری و مشارکت نمودند، نهایت تقدیر و سپاسگزاری را می‌نماییم.

گروه مشاور مسئولیت‌های اجتماعی

صنایع پتروشیمی خلیج فارس

فهرست تفصیلی مطالب

عنوان

صفحه

مقدمه	۱۴
بخش اول: شهرستان بندر ماهشهر در مسیر توسعه.	۱۵
۱-۱- ویژگی های منطقه ای شهرستان بندر ماهشهر	۱۶
۱-۱-۱- وضعیت جمعیت شناختی شهرستان بندر ماهشهر	۱۶
۱-۱-۲- جغرافیای سیاسی، شهرستان بندر ماهشهر	۱۸
۱-۱-۳- موقعیت استراتژیک ماهشهر	۱۸
۱-۱-۴- چالش ها و مسائل شهرستان بندر ماهشهر	۲۳
۱-۲- نگاهی به مسئولیت اجتماعی شرکت های صنایع پتروشیمی	۲۴
۱-۲-۱- مسئولیت اجتماعی شرکتی	۲۴
۱-۲-۲- ابعاد و محورهای مسئولیت اجتماعی شرکت ها	۲۵
۱-۲-۳- رابطه شرکت های صنایع پتروشیمی با محیط درونی و بیرونی	۲۵
۱-۲-۴- اهمیت خط مشی گذاری، تدوین سیاستها و راهبردها در تحقق مسئولیت اجتماعی شرکت های صنایع پتروشیمی	۲۶
۱-۲-۵- مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت	۲۷
۱-۲-۶- عملکرد صنعت پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی	۲۸
۱-۲-۷- زیربنای مفهومی مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی صنایع پتروشیمی	۲۹
۱-۲-۸- نقش ساختار مسئولیت اجتماعی شرکت های صنایع پتروشیمی بر موفقیت و عملکرد آن	۳۰
۱-۲-۹- شرکت های پتروشیمی و نقش بالقوه آن ها در توسعه یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	۳۱
۱-۲-۱۰- انتظارات محیط پیرامونی از شرکت های صنایع پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی	۳۳
۱-۲-۱۱- انتظارات و نگرش جامعه محلی و مدیران شهری از صنعت و شرکت های پتروشیمی	۳۳
۱-۲-۱۲- سیاستها و نظام نامه نحوه ایفای مسئولیت های اجتماعی در صنعت نفت	۳۷
۱-۲-۱۳- نقش و کارکرد شورای راهبردی در حمایت و پشتیبانی از توسعه یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	۳۸
بخش دوم: مفاهیم و اصطلاحات	۳۹
۲-۱- سند راهبردی	۴۰
۲-۲- راهبرد	۴۰
۲-۳- SWOT	۴۱
۲-۳-۱- نقاط قوت	۴۱
۲-۳-۲- نقاط ضعف	۴۱
۲-۳-۳- فرصت ها	۴۱
۲-۳-۴- تهدیدها	۴۲

ادامه فهرست تفصیلی مطالب

عنوان

صفحه

۴۲	۵-۳-۲- مزایای تجزیه و تحلیل SWOT.....
۴۳	۴-۲- سیاست.....
۴۳	۵-۲- ذینفعان.....
۴۴	۶-۲- توانمندسازی.....
۴۴	۷-۲- جامعه محلی.....
۴۵	۸-۲- شورای راهبردی.....
۴۵	۹-۲- کمیته مسئولیت‌های اجتماعی خدمات محور منطقه ماهشهر.....
۴۶	۱۰-۲- سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی شهرستان بندر ماهشهر.....
۴۶	۱۱-۲- استراتژی مشارکت و هم افزایی.....
۴۶	۱۲-۲- تسهیل‌گری.....
۴۷	۱۳-۲- طرح‌های عمرانی.....
۴۷	۱۴-۲- طرح‌های غیرعمرانی.....
۴۷	۱۵-۲- مدیران شهری.....
۴۷	۱۶-۲- مدیران پتروشیمی.....
۴۸	بخش سوم: چارچوب نظری مسئولیت اجتماعی.....
۴۹	۱-۳- مقدمه.....
۴۹	۲-۳- مسئولیت اجتماعی شرکتی.....
۵۲	۳-۳- ضرورت توجه شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی.....
۵۴	۴-۳- سابقه پیدایش مفهوم مسئولیت اجتماعی.....
۵۵	۵-۳- ابعاد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها.....
۵۵	۱-۵-۳- ابعاد پنج‌گانه مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی.....
۵۷	۲-۵-۳- ابعاد چهارگانه مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی.....
۵۸	۶-۳- نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....
۵۸	۱-۶-۳- نظریه‌های ابزاری.....
۵۸	۲-۶-۳- نظریه‌های سیاسی.....
۵۹	۳-۶-۳- نظریه‌های یکپارچه.....
۵۹	۴-۶-۳- نظریه‌های اخلاقی.....
۵۹	۷-۳- مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....
۵۹	۱-۷-۳- مدل دیویس.....

ادامه فهرست تفصیلی مطالب

عنوان

صفحه

۶۰	۳-۷-۲- مدل کارول	۶۰
۶۲	۳-۷-۳- مدل سه مرحله ای عملکرد اجتماعی سازمان.....	۶۲
۶۳	۳-۷-۴- مدل وود.....	۶۳
۶۳	۳-۷-۵- مدل دواير متقاطع.....	۶۳
۶۴	۳-۷-۶- مدل دواير متحدالمركز.....	۶۴
۶۵	۳-۷-۷- مدل لانتوس	۶۵
۶۵	۳-۷-۸- مدل برين	۶۵
۶۶	۳-۷-۹- مدل مولكولى.....	۶۶
۶۷	۳-۷-۱۰- مدل پهلوی به پهلوی	۶۷
۶۷	۳-۷-۱۱- مدل مقياس رنگين كمان	۶۷
۶۸	۳-۷-۱۲- مدل ستاره ای.....	۶۸
۶۹	۳-۷-۱۳- مدل هماهنگی.....	۶۹
۶۹	۳-۷-۱۴- مدل مشتری محور کلایدون.....	۶۹
۷۰	۳-۷-۱۵- مدل دی. ان. ای مسؤلیت پذیری اجتماعی و بایرداری شرکتی ۲/۰.....	۷۰
۷۱	۳-۸- پیشینه مطالعات داخل کشور	۷۱
۷۳	۳-۹- شرکت های برتر ایرانی در حوزه مسؤلیت اجتماعی	۷۳
۷۳	۳-۹-۱- مسؤلیت اجتماعی در وزارت نفت.....	۷۳
۷۳	۳-۹-۲- مسؤلیت اجتماعی در گروه مینا.....	۷۳
۷۳	منشور مسؤلیت اجتماعی در مینا	۷۳
۷۴	۳-۹-۳- مسؤلیت اجتماعی در بانک آینده	۷۴
۷۴	۳-۹-۴- مسؤلیت اجتماعی در بانک پاسارگاد.....	۷۴
۷۵	۳-۹-۵- مسؤلیت اجتماعی در ایمیدرو.....	۷۵
۷۵	۳-۱۰- پیشینه مطالعات خارج از کشور.....	۷۵
۷۶	بخش چهارم: ارزیابی استانداردها و نظام های کیفیت مسؤلیت اجتماعی	۷۶
۷۷	۴-۱- استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰.....	۷۷
۷۸	۴-۱-۱- اصول هفتگانه مسؤلیت اجتماعی براساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰.....	۷۸
۷۸	۴-۱-۲- مهمترین اصول استقرار ایزوی مذکور برای سازمان ها.....	۷۸
۷۹	۴-۲- گزارش دهی پایداری GRI	۷۹
۸۱	۴-۲-۱- اهداف گزارش دهی پایداری.....	۸۱

ادامه فهرست تفصیلی مطالب

عنوان

صفحه

۸۱	۴-۲-۲- اصول گزارش‌دهی پایداری	۸۱
۸۲	۴-۲-۳- چارچوب گزارش‌دهی پایداری	۸۲
۸۴	بخش پنجم: روش‌شناسی، مسائل و یافته‌های مطالعات مسئولیت اجتماعی شهر سان بندر ماهشهر	۸۴
۸۵	۵-۱- مقدمه	۸۵
۸۶	۵-۲- اهداف کلی پژوهش	۸۶
۸۷	۵-۳- روش‌شناسی پژوهش	۸۷
۸۷	۵-۳-۱- روش پژوهش	۸۷
۸۷	۵-۳-۲- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه	۸۷
۸۷	۵-۳-۳- روش جمع‌آوری داده‌های پژوهش و مراحل آن	۸۷
۹۷	۵-۳-۴- شیوه تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش	۹۷
۹۹	۵-۴- یافته‌های پژوهش	۹۹
۹۹	۵-۴-۱- سیمای پاسخگویان (اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان)	۹۹
۱۰۴	۴-۲- یافته‌های مربوط به محورهای استراتژیک	۱۰۴
۱۰۵	ارزیابی نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT	۱۰۵
۱۰۶	ارزیابی نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT	۱۰۶
۱۰۸	ارزیابی نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT	۱۰۸
۱۰۸	۵-۴-۳- یافته‌های مربوط به مسائل استراتژیک	۱۰۸
۱۰۹	محور اول؛ کارگرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی	۱۰۹
۱۰۹	جمع‌بندی محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی	۱۰۹
۱۱۰	محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی	۱۱۰
۱۱۱	جمع‌بندی محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری	۱۱۱
۱۱۲	محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری	۱۱۲
۱۱۳	جمع‌بندی محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری	۱۱۳
۱۱۴	محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی	۱۱۴
۱۱۴	جمع‌بندی محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری	۱۱۴
۱۱۵	محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی	۱۱۵
۱۱۵	جمع‌بندی محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران شهری	۱۱۵
۱۱۶	ارزیابی نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در حوزه مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT	۱۱۶

ادامه فهرست تفصیلی مطالب

عنوان

صفحه

محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی.....	۱۱۷
جمع‌بندی محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران پتروشیمی	۱۱۷
محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی	۱۱۸
جمع‌بندی محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران.....	۱۱۹
محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری.....	۱۲۰
جمع‌بندی محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران پتروشیمی	۱۲۱
محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی.....	۱۲۲
جمع‌بندی محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران پتروشیمی	۱۲۲
محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی	۱۲۳
جمع‌بندی محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران پتروشیمی	۱۲۳
ارزیابی نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در حوزه مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT.....	۱۲۴
محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی.....	۱۲۵
جمع‌بندی محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی	۱۲۵
محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی	۱۲۶
جمع‌بندی محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی.....	۱۲۷
محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری.....	۱۲۸
جمع‌بندی محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری و پتروشیمی.....	۱۲۹
محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی.....	۱۳۰
جمع‌بندی محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی	۱۳۰
محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی	۱۳۱
جمع‌بندی محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی	۱۳۱
ارزیابی مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در حوزه مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT.....	۱۳۲
بخش ششم: چشم‌انداز، اصول، سیاست‌ها و راهبردهای مسئولیت اجتماعی در شهرستان بندر ماهشهر.....	۱۴۰
مقدمه.....	۱۴۱
۱-۶- چشم‌انداز مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در شهرستان بندر ماهشهر.....	۱۴۲
۲-۶- اصول مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در شهرستان بندر ماهشهر.....	۱۴۲
۳-۶- سیاست‌های مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در شهرستان بندر ماهشهر.....	۱۴۴

ادامه فهرست تفصیلی مطالب

عنوان

صفحه

۱-۳-۶- دانش‌سازی.....	۱۴۴
۲-۳-۶- یکپارچه‌سازی و جابک‌سازی.....	۱۴۴
۳-۳-۶- نگرش‌سازی.....	۱۴۴
۴-۳-۶- مشارکت‌دهی.....	۱۴۴
۵-۳-۶- توانمندسازی.....	۱۴۵
۶-۳-۶- خرسندسازی.....	۱۴۵
«صورت‌بندی مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی در قالب استراتژی‌های متناظر با هر مسأله».....	۱۴۶
«ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردی در سطح منطقه ماهشهر».....	۱۶۱

فهرست منابع و پیوست‌ها

عنوان

صفحه

منابع.....	۱۷۲
منابع فارسی.....	۱۷۳
منابع انگلیسی.....	۱۷۴
مراجع اینترنتی.....	۱۷۴
پیوست‌ها.....	۱۷۶
پیوست شماره ۱: نمونه پرسشنامه تدوین استراتژی (SWOT).....	۱۷۷
پیوست شماره ۲: میانگین نظرات مدیران شهری به تفکیک محورهای پنج‌گانه شبکه مسائل مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT.....	۱۸۳

فهرست جداول

عنوان

صفحه

جدول شماره ۱: جمعیت شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۷۵.....	۱۶
جدول شماره ۲: جمعیت شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۸۵.....	۱۷
جدول شماره ۳: جمعیت شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۹۰.....	۱۷
جدول شماره ۴: جمعیت به تفکیک شهرهای شهرستان برابر سرشماری سال ۱۳۹۰.....	۱۷
جدول شماره ۵: جمعیت به تفکیک سکونت شهری و روستایی برابر سرشماری سال ۱۳۹۵.....	۱۷
جدول شماره ۶: جمعیت به تفکیک شهرهای شهرستان برابر سرشماری سال ۱۳۹۵.....	۱۸
جدول شماره ۷: اسامی شرکت‌های تولیدی و خدماتی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر.....	۲۰
جدول شماره ۸: مدل سه مرحله‌ای عملکرد اجتماعی سازمان.....	۶۲
جدول شماره ۹: مدل دی.ان. ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پایداری شرکتی ۲/۰.....	۷۰
جدول شماره ۱۰: خلاصه‌ای از اقدامات بانک پاسارگاد در راستای مسئولیت‌های اجتماعی.....	۷۴
جدول شماره ۱۱: خلاصه اقدام‌های شرکت مایکروسافت در راستای مسئولیت‌های اجتماعی (نمونه خارجی).....	۷۵
جدول شماره ۱۲: مشخصات فردی و شغلی مدیران شرکت‌های پتروشیمی مورد مصاحبه.....	۸۸
جدول شماره ۱۳: مشخصات فردی و شغلی مسئولین شهری مورد مصاحبه.....	۸۹
جدول شماره ۱۴: مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در سطح شهرستان بندر ماهشهر مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی.....	۹۰
جدول شماره ۱۵: تعداد پرسشنامه‌های تکمیل شده به تفکیک مدیران عالی و میانی شرکتهای پتروشیمی.....	۹۴
جدول شماره ۱۶: تعداد پرسشنامه‌های تکمیل شده مدیران حاکمیتی، اجرایی و شهری شهرستان ماهشهر.....	۹۴
جدول شماره ۱۷: ساختار پرسشنامه تدوین استراتژی به تفکیک محورها و مسائل استراتژیک.....	۹۵
جدول شماره ۱۸: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک جنسیت.....	۹۹
جدول شماره ۱۹: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک موقعیت شغلی.....	۱۰۰
جدول شماره ۲۰: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک سابقه خدمت.....	۱۰۱
جدول شماره ۲۱: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک سطح تحصیلات.....	۱۰۲
جدول شماره ۲۲: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک رشته تحصیلی.....	۱۰۳
جدول شماره ۲۳: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT.....	۱۰۴
جدول شماره ۲۴: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT.....	۱۰۵
جدول شماره ۲۵: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT.....	۱۰۷
جدول شماره ۲۶: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی.....	۱۰۹
جدول شماره ۲۷: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران شهری.....	۱۰۹
جدول شماره ۲۸: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی.....	۱۱۰
جدول شماره ۲۹: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری.....	۱۱۱

ادامه فهرست جداول

صفحه

عنوان

- جدول شماره ۳۰: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۱۲
- جدول شماره ۳۱: نحوه تعامل شرکت های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری..... ۱۱۳
- جدول شماره ۳۲: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۱۴
- جدول شماره ۳۳: ظرفیت های نهادهای شهری و قابلیت های دستگاه ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری..... ۱۱۴
- جدول شماره ۳۴: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۱۵
- جدول شماره ۳۵: ضوابط، مقررات و ظرفیت های قانونی از نظر مدیران شهری..... ۱۱۵
- جدول شماره ۳۶: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۱۷
- جدول شماره ۳۷: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران پتروشیمی..... ۱۱۷
- جدول شماره ۳۸: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۱۸
- جدول شماره ۳۹: فرآیندهای داخلی شرکت های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران پتروشیمی..... ۱۱۹
- جدول شماره ۴۰: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۲۰
- جدول شماره ۴۱: نحوه تعامل شرکت های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران پتروشیمی..... ۱۲۱
- جدول شماره ۴۲: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۲۲
- جدول شماره ۴۳: ظرفیت های نهادهای شهری و قابلیت های دستگاه ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران پتروشیمی..... ۱۲۲
- جدول شماره ۴۴: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۲۳
- جدول شماره ۴۵: ضوابط، مقررات و ظرفیت های قانونی از نظر مدیران پتروشیمی..... ۱۲۳
- جدول شماره ۴۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۲۵
- جدول شماره ۴۷: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی..... ۱۲۵
- جدول شماره ۴۸: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۲۶
- جدول شماره ۴۹: فرآیندهای داخلی شرکت های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی..... ۱۲۷
- جدول شماره ۵۰: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۲۸
- جدول شماره ۵۱: نحوه تعامل شرکت های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری و پتروشیمی..... ۱۲۹
- جدول شماره ۵۲: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۳۰
- جدول شماره ۵۳: ظرفیت های نهادهای شهری و قابلیت های دستگاه ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی..... ۱۳۰
- جدول شماره ۵۴: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی..... ۱۳۱
- جدول شماره ۵۵: ضوابط، مقررات و ظرفیت های قانونی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی..... ۱۳۱
- جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت اجتماعی..... ۱۳۳
- جدول شماره ۵۷: محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست گذاری مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر..... ۱۴۶
- جدول شماره ۵۸: محور دوم: فرآیندهای داخلی شرکت های صنایع پتروشیمی..... ۱۴۸
- جدول شماره ۵۹: محور سوم: نحوه تعامل شرکت های صنایع پتروشیمی با نهادهای شهری..... ۱۵۳
- جدول شماره ۶۰: محور چهارم: ظرفیت نهادهای شهری و قابلیت های دستگاه ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی..... ۱۵۶
- جدول شماره ۶۱: محور پنجم: ضوابط، مقررات و ظرفیت های قانونی..... ۱۵۸
- جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر..... ۱۶۱

فهرست نمودارها

عنوان

صفحه

نمودار شماره ۱: مجموعه ذینفعان یک سازمان	۴۳
نمودار شماره ۲: کاربردهای مسئولیت اجتماعی در واژگان مختلف	۵۰
نمودار شماره ۳: محورهای سه گانه مسئولیت اجتماعی	۵۱
نمودار شماره ۴: ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی	۵۶
نمودار شماره ۵: ابعاد چهارگانه مسئولیت های اجتماعی شرکتی	۵۷
نمودار شماره ۶: روابط پویا و متقابل مسئولیت های مختلف اجتماعی در مدل دوایر متقاطع	۶۴
نمودار شماره ۷: روابط متقابل مسئولیت های مختلف اجتماعی در مدل دوایر متحدالمرکز	۶۴
نمودار شماره ۸: رویکرد مسئولیت پذیری مطلوب بر اساس مدل پهلو به پهلو	۶۷
نمودار شماره ۹: مدل ستاره ای در مسئولیت پذیری اجتماعی	۶۸
نمودار شماره ۱۰: مدل مشتری محور کلایدون در مسئولیت پذیری اجتماعی	۶۹
نمودار شماره ۱۱: بررسی اجمالی ایزو ۲۶۰۰۰	۷۹
نمودار شماره ۱۲: تقسیم بندی حوزه مشاور اجتماعی وزارت نفت در خصوص گزارش پایداری شرکت	۸۲
نمودار شماره ۱۳: محورها و مسائل استراتژیک در تدوین استراتژی	۹۳
نمودار شماره ۱۴: تعداد مسائل استراتژیک در بعد محورهای آن	۹۶
نمودار شماره ۱۵: توزیع آماری عوامل داخلی و خارجی به تفکیک محورهای استراتژیک	۹۶
نمودار شماره ۱۶: وضعیت پاسخ دهندگان به تفکیک جنسیت	۹۹
نمودار شماره ۱۷: وضعیت پاسخ دهندگان به تفکیک موقعیت شغلی	۱۰۰
نمودار شماره ۱۸: وضعیت پاسخ دهندگان به تفکیک سابقه خدمت	۱۰۱
نمودار شماره ۱۹: وضعیت پاسخ دهندگان به تفکیک سطح تحصیلات	۱۰۲
نمودار شماره ۲۰: وضعیت پاسخ دهندگان به تفکیک رشته تحصیلی	۱۰۳
نمودار شماره ۲۱: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT	۱۰۴
نمودار شماره ۲۲: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT	۱۰۶
نمودار شماره ۲۳: میانگین نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT	۱۰۷
نمودار شماره ۲۴: سیاست های مسئولیت اجتماعی در شهرستان بندر ماهشهر	۱۴۵

مقدمه

شهرستان بندر ماهشهر از قدیمی‌ترین بندرهای خلیج فارس و یکی از قطب‌های بزرگ اقتصادی کشور به شمار می‌رود که بخش عمده‌ای از صنایع پتروشیمی کشور در آن مستقر و مسیر توسعه شهرستان نیز متأثر از این صنعت شده است و این امر رسالت شرکت‌های پتروشیمی مستقر در این منطقه را دوچندان کرده است به نحوی که پیشرفت در صنعت پتروشیمی نیازمند توسعه شهرستان است. در حال حاضر شرکت‌های پتروشیمی از طریق ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی، بخش مهمی از نیازهای اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی شهرستان را عهده‌دار شده‌اند.

ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی، اقدامی مبتنی بر مدیریت استراتژیک و نوعی سرمایه‌گذاری، در جهت ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت و کمک به توسعه جامعه است و برای این که از یک طرف سود اقتصادی شرکت را افزایش داده و از طرف دیگر با رعایت ارزش‌ها و هنجارهای جامعه، هویتی مشروع در بین ذینفعان و جامعه کسب کرده و نیازها و انتظارات آنان را به نحو مطلوبی برآورده کنند، نیازمند اسنادی راهبردی است که مبتنی بر آن استراتژی‌های مناسب اتخاذ و اقدام لازم صورت گیرد.

سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر با بهره‌گیری از اسناد بالادستی (اساسنامه شرکت ملی صنایع پتروشیمی، سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت)، مطالعه اسنادی (مدل‌های نظری و مطالعات تطبیقی - و جستجو در صنعت برای پیدا کردن بهترین شیوهی انجام یک کار که می‌تواند بالاترین سطح خروجی و عملکرد را ایجاد کند) و مطالعات میدانی (مصاحبه با مدیران عالی، میانی و اجرایی شهری و پتروشیمی و تنظیم، توزیع، جمع‌آوری و تحلیل پرسشنامه) انجام شده و نقشه راه اقدامات و فعالیت‌های شرکت‌ها و صنایع پتروشیمی فعال در شهرستان بندر ماهشهر در حوزه مسئولیت اجتماعی می‌باشد.

سند حاضر، به‌عنوان یکی از اسناد توسعه‌ای شهرستان بندر ماهشهر دارای اهمیت زیادی است که درک ابعاد آن می‌تواند ضمن افزایش کارکردهای شرکت‌های پتروشیمی، زمینه‌ای مناسب برای توسعه شهرستان به‌ویژه در حوزه صنایع پتروشیمی به وجود آورد.

این سند در بخش اول به ساختارها و ظرفیت‌های بندر ماهشهر در مسیر توسعه، در بخش دوم به مفاهیم و اصطلاحات مطروحه در سند، در بخش سوم به چارچوب نظری مقوله مسئولیت اجتماعی، در بخش چهارم به ارزیابی استانداردها و نظام‌های کیفیت مسئولیت اجتماعی، در بخش پنجم به روش‌شناسی، مسائل و یافته‌های مطالعات مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر و در بخش ششم به چشم‌انداز، اصول، سیاست‌ها و راهبردهای اصلی مسئولیت اجتماعی شهرستان ماهشهر اشاره می‌نماید. به این ترتیب در سه بخش ابتدایی این سند، به نمایش وضعیت موجود شهرستان و ادبیات علمی پرداخته شده، در بخش چهارم و پنجم اسناد پشتیبان سند ارائه و در بخش ششم، متن اصلی سند شامل چشم‌انداز، اصول، سیاست‌ها و استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی تدوین و آورده شده است.

لازم به ذکر است گروه مشاور مسئولیت اجتماعی با مطالعه اسناد، انجام مطالعات میدانی و اخذ نظرات مجموعه ذی‌نفعان، اعم از مدیران ستادی، میانی و عالی شرکت‌های پتروشیمی، مدیران نهادهای حاکمیتی و اجرایی شهری، صاحب‌نظران و کارشناسان مرتبط، با بیش از سه سال انجام مطالعات، سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان را تدوین و به تأیید مدیرعامل محترم گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس رسانیده است.

بخش اول:

شهرستان بندر ماهشهر در مسیر توسعه

۱-۱- ویژگی‌های منطقه‌ای شهرستان بندر ماهشهر

نام قبلی ماهشهر، بندر معشور بوده و از قدیمی‌ترین بندرهای خلیج فارس محسوب می‌شود که در سال ۱۳۳۹ با نام فعلی به شهرستان تبدیل شده است. بندر ماهشهر از دو ناحیه قدیم و جدید تشکیل شده است: ماهشهر جدید، در پی ایجاد بندر صادراتی نفت به وجود آمده و قطب صنعت پتروشیمی کشور محسوب می‌شود و تا قبل از ساخته شدن تاسیسات خارک، بزرگترین بندر صادراتی نفت ایران بوده است. فاصله ماهشهر قدیم تا ماهشهر جدید، حدود ۳ کیلومتر است. مردم ماهشهر بیشتر در این ناحیه سکونت دارند و بافت آن قدیمی‌تر است و دواير دولتی در این قسمت قرار دارند.



۱-۱-۱- وضعیت جمعیت‌شناختی شهرستان بندر ماهشهر

مردم ماهشهر به علت موقعیت شهر دارای قومیت‌های مختلفی هستند که در کنار بومی‌های خود بندر ماهشهر، زندگی می‌کنند. مانند مردم لر بختیاری و سایر ایلات لر بزرگ که به لرهای جنوبی یا بندری معروف می‌باشند و همچنین عرب‌ها، اقلیت کرد، ترک و نیز اتباع خارجی. گویش ماهشهری گویشی از ایل‌های لر جنوب می‌باشد که همسان با بختیاری است که مردم بومی و قدیمی بندر ماهشهر به آن تکلم می‌کنند و از جمله زبان‌های (گویش‌های) پارسی باستان است. طبق سرشماری نفوس و مسکن سال در سال‌های ۷۵ و ۸۵ و ۹۵، جمعیت شهری و روستایی به تفکیک مرد و زن به شرح زیر بوده است.

جدول شماره ۱: جمعیت شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۷۵

شرح	مرد	زن	جمع
جمعیت شهری	۱۱۱۱۷۴	۱۰۹۹۱۵	۲۲۱۰۸۹
جمعیت روستایی	۳۸۵۱۱	۳۸۲۴۷	۷۶۷۵۸
جمعیت شهری و روستایی	۱۴۹۶۸۵	۱۴۸۱۶۲	۲۹۷۸۴۷

جمعیت آماری شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۷۵، شامل شهرستان‌های هنديجان و امیدیه نیز بوده است.

جدول شماره ۲: جمعیت شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۸۵

شرح	مرد	زن	جمع
جمعیت شهری	۱۰۲۱۱۰	۹۵۳۵۶	۱۹۷۴۶۶
جمعیت روستایی	۲۹۳۳۷	۲۵۷۸۴	۵۵۱۲۱
جمعیت شهری و روستایی	۱۳۱۴۴۷	۱۲۱۱۴۰	۲۵۲۵۸۷

جدول شماره ۳: جمعیت شهرستان بندر ماهشهر در سال ۱۳۹۰

شرح	مرد	زن	خانوار	جمعیت
جمعیت شهری	۱۲۹۵۵۷	۱۲۷۷۱۶	۶۴۸۰۶	۲۵۷۲۷۳
جمعیت روستایی	۱۰۶۸۶	۱۰۰۷۸	۴۷۴۸	۲۰۷۶۴
جمعیت شهری و روستایی	۱۴۰۲۴۳	۱۳۷۷۹۴	۶۹۵۵۴	۲۷۸۰۳۷

جدول شماره ۴: جمعیت به تفکیک شهرهای شهرستان برابر سرشماری سال ۱۳۹۰

نام شهر	جمعیت	مرد	زن	خانوار
بندر ماهشهر	۱۵۳۷۷۸	۷۷۴۸۷	۷۶۲۹۱	۳۸۳۰۱
بندر امام خمینی (ره)	۷۲۳۵۷	۳۶۱۱۶	۳۶۲۴۱	۱۸۳۸۲
چمران	۳۱۱۳۸	۱۵۹۵۴	۱۵۱۸۴	۸۱۲۳

وضعیت جمعیتی شهرستان بندر ماهشهر براساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره ۵: جمعیت به تفکیک سکونت شهری و روستایی برابر سرشماری سال ۱۳۹۵

ردیف	سکونت	تعداد	درصد جمعیت
۱	شهری	۲۷۴۶۵۵	٪ ۹۳
۲	روستایی	۲۱۶۱۶	٪ ۷
	جمع	۲۹۶۲۷۱	۱۰۰

جدول شماره ۶: جمعیت به تفکیک شهرهای شهرستان برابر سرشماری سال ۱۳۹۵

ردیف	شهرستان/روستا	خانوار کل	جمعیت کل	جمعیت مرد	جمعیت زن
۱	شهرستان بندر ماهشهر	۸۱۲۱۱	۲۹۶۲۷۱	۱۴۹۶۶۴	۱۴۶۶۰۷
۲	شهر بندر ماهشهر	۴۵۲۰۸	۱۶۲۷۹۷	۸۱۷۱۷	۸۱۰۸۰
۳	شهر بندر امام خمینی(ره)	۲۲۰۱۰	۷۹۰۸۵	۳۹۶۶۰	۳۹۴۲۵
۴	شهر چمران	۹۰۲۵	۳۳۵۰۵	۱۷۰۴۰	۱۶۴۶۵
۵	دهستان جراحی	۴۹۶۸	۲۰۸۸۴	۱۱۲۴۷	۹۶۳۷

۲-۱-۱- جغرافیای سیاسی، شهرستان بندر ماهشهر

از لحاظ جغرافیای سیاسی، شهرستان بندر ماهشهر در جنوب غربی ایران و جنوب استان خوزستان واقع گردیده و مساحت این شهرستان به میزان ۱۹۲۲ کیلومتر مربع می‌باشد. این شهرستان دارای ۸۳ کیلومتر مرز آبی با خلیج فارس می‌باشد. در سال ۱۳۳۹ شمسی بخش بندر معشور که بخشی از توابع خرمشهر بوده به شهرستان ارتقاء و در سال ۱۳۴۴ شمسی با تصویب هیات وزیران نام این شهرستان از معشور به ماهشهر تغییر یافت. طی این تقسیمات کشوری شهر هندیجان، جزیره خارک، سربندر، بندر امام فعلی و یازده دهستان به این شهر ملحق شده و بعدها شهر امیدیه نیز به آن اضافه گردید. در طی ۵۰ سال گذشته برخی از این شهرها از ماهشهر جدا شده و به شهرستانی مستقل تبدیل شده‌اند. در حال حاضر شهرستان بندر ماهشهر از دو بخش مرکزی و بندر امام خمینی(ره) تشکیل شده و دارای سه شهر با نام‌های بندر ماهشهر، بندر امام خمینی(ره) و چمران و یک دهستان با نام جراحی و ۶۵ روستا می‌باشد. شهرستان بندر ماهشهر از شمال به اهواز و رامشیر، از غرب به شادگان، از شرق به امیدیه و هندیجان و از جنوب به خلیج فارس محصور می‌باشد.

۳-۱-۱- موقعیت استراتژیک ماهشهر

۱-۳-۱- صنایع

ماهشهر شهری بندری و صنعتی و محل شاهراه مسیرهای ترانزیت زمینی، دریایی و ریلی کالا از بندرگاه مهم و استراتژیک امام خمینی^(۵) می‌باشد و مهم‌ترین صنایع ماهشهر پتروشیمی و کشتیرانی می‌باشد. وجود مرزهای آبی و نیز نزدیکی به کشورهای عراق و کویت این منطقه را به یک نقطه مهم صنعتی و واردات و صادرات تبدیل کرده است. فعالیت اقتصادی و توسعه بندر ماهشهر، بیشتر متکی به قابلیت بندرگاهی و مجاورت با سواحل و همچنین نزدیکی به منابع نفت و گاز جلگه خوزستان و فعالیت‌های وابسته به آن است. این شهر با احداث بندرگاه صادرات نفت و کالا و پس از آن احداث پتروشیمی بندرامام خمینی^(۵) (ایران ژاپن سابق) و نیز با ایجاد منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی (که در آن صنایع برای واردات کالا مشمول تسهیلات گمرکی می‌شوند) و احداث صنایع عظیم پتروشیمی، مردم بسیاری از شهرهای مجاور و حتی غیر مجاور را به این منطقه سرازیر کرده است و این امر موجب شده است که طی چند سال اخیر ارزش ملک در ماهشهر به حد بی‌سابقه‌ای رشد کرده و این شهر به یک شهر مهاجرپذیر و با تراکم بالا تبدیل شود. پتروشیمی‌های بسیار زیاد که باعث شده قیمت ملک و کالا نسبت به شهرهای دیگر بالاتر باشد.

۲-۳-۱-۱- بندر صادرات نفت

اسکله‌های بارگیری نفت، اولین تاسیسات صنعتی ایجاد شده در ماهشهر بوده است و بندر ماهشهر با احداث راه آهن سراسری و تأسیس و توسعه بندر امام خمینی^(۵) جان دوباره گرفت. پس از آن، به این بندر برای صدور نفت خام توجه شد و به تدریج با کشیده شدن لوله‌های نفت (که نفت را از آغاچاری به پالایشگاه آبادان و از آنجا به بندر ماهشهر می‌رساند) و با ایجاد مخازن نفت، رو به آبادانی گذاشت.



صدور نفت خام از این بندر در سال ۱۳۲۴ شمسی آغاز شد و تا قبل از ساخته شدن تاسیسات خارک، این بندر، بزرگترین بندر صادراتی نفت ایران بوده است. در سال ۱۳۳۷ شمسی، شرکت‌های عامل نفت ایران بندر دیگری برای صدور نفت خام در جزیره خارک ایجاد کردند و سپس با اجرای طرحی به نام «چم»، بندر ماهشهر به دلیل موقعیت جغرافیایی ممتاز در کنار خورموسی و دسترسی بهتر نفتکش‌ها برای حمل و صدور فرآورده‌های نفتی پالایشگاه آبادان، انتخاب و به بندری مجهز و امروزی تبدیل گردید.

در سال ۱۳۳۸ شمسی، نفت منطقه آغاچاری با خطوط لوله به این بندر ارسال و از آنجا به خارج از کشور صادر می‌شد ولی امروزه به جای آن که نفت خام منطقه آغاچاری به بندر ماهشهر انتقال داده شود، فرآورده‌های نفتی آبادان از طریق خط لوله به این مرکز حمل می‌شود.

۲-۳-۱-۲- پتروشیمی‌ها

مزیت‌های فراوان اقتصادی در آبراهه خورموسی، شرکت ملی صنایع پتروشیمی را بر آن داشت تا از سال ۱۳۷۰، توسعه صنایع پتروشیمی را با جدیت بیشتر در منطقه دنبال کند. این امر باعث رشد و توسعه اقتصادی و جمعیتی ماهشهر شده، شهرستان بندر ماهشهر از معدود شهرهای ایران است که به خاطر تمرکز حدود ۴۳٪ از صنعت پتروشیمی کشور در آن از نظر استراتژیک و اقتصادی بسیار حائز اهمیت است.

در ده سال اخیر با راه‌اندازی پروژه‌های پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی در ماهشهر این شهر یکی از شهرهای صنعتی نه تنها خوزستان بلکه ایران شده است. شرکت‌های پتروشیمی که در این منطقه قرار دارند عبارتند از؛



جدول شماره ۷: اسامی شرکت‌های تولیدی و خدماتی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر

نام شرکت	ردیف	نام شرکت	ردیف
پتروشیمی فارابی	۱۵	پتروشیمی بندر امام	۱
پتروشیمی ابن سینا	۱۶	پتروشیمی اروند	۲
پتروشیمی نوید زرشمی	۱۷	پتروشیمی شهید تندگویان	۳
پتروشیمی لاله	۱۸	پتروشیمی بوعلی سینا	۴
پتروشیمی تخت جمشید	۱۹	فجر انرژی خلیج فارس	۵
پتروشیمی رجال	۲۰	پتروشیمی کارون	۶
پتروشیمی شیمی بافت	۲۱	پتروشیمی خوزستان	۷
پتروشیمی شهید رسولی	۲۲	شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی	۸
پتروشیمی آریا فسفریک جنوب	۲۳	شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی	۹
پتروشیمی شیمی تکس آریا	۲۴	پتروشیمی مارون	۱۰
شرکت کالای پتروشیمی	۲۵	پتروشیمی امیرکبیر	۱۱
شرکت پایانه‌ها و مخازن پتروشیمی	۲۶	پتروشیمی فن‌آوران	۱۲
شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی	۲۷	پتروشیمی غدیر	۱۳
-----		پتروشیمی رازی	۱۴

۴-۳-۱-۱- کشاورزی و صنایع دستی

در این شهر کشت محصولات کشاورزی به شدت متکی به آبیاری است. محصولات عمده آن گندم، جو، حبوبات، خرما، انگور، انار و انجیر است. صنایع دستی و کارگاهی خاصی در آن وجود ندارد.

۵-۳-۱-۱- حمل و نقل و ترابری

این شهر از نظر حمل و نقل تقارن دریا و خشکی، راه شوسه و ریلی و دریائی را چون نگرینی پر ارزش باهم عجین کرده است که می‌تواند یک سرمایه گرانمایه برای تجارت کلان باشد.

۶-۳-۱-۱- اداره بنادر و کشتیرانی

دسترسی به دریاهای آزاد و حمل و نقل دریایی یکی از پیش زمینه‌های مهم در تجارت و صنعت محسوب می‌شود. بندر ماهشهر بزرگ‌ترین بندر جنوب غرب کشور است که بخش عظیمی از صادرات ایران از این بندر صورت می‌گیرد.

۷-۳-۱-۱- راه آهن سراسری

این شهر نقطه ابتدای شبکه ریلی شمال به جنوب کشور است که با عبور از اهواز به تهران و سپس تا مشهد نیز ادامه دارد. حمل و نقل کالاهای وارداتی یا صادراتی و یا تجهیزات سنگین صنایع پتروشیمی که در مسیرهای شوسه کاری بس صعب و دشوار است با راه آهن به سادگی انجام می‌شود.

۸-۳-۱-۱- شیلات و صیادی

از دیرباز صیادی یکی از حرفه‌های مردمان این شهر بوده است و از آن دسته مشاغلی است که نسل به نسل به جوانان و نوجوانان این شهر رسیده و هنوز هم عده زیادی از مردم به دنبال کسب روزی و امرار معاش از طریق دریا هستند. هنر صیادی جزء مشاغل مورد علاقه همگان به خصوص ساکنان سواحل دریا می‌باشد که با استفاده از روش‌های سنتی و مدرن در فصول مختلف، انواع ماهی از دریا صید می‌شود.

۹-۳-۱-۱- دانشگاه صنعتی امیرکبیر واحد ماهشهر

این واحد دانشگاهی در سال ۱۳۸۰ بر مبنای قراردادی میان پتروشیمی و دانشگاه صنعتی امیرکبیر و با هدف ایجاد نیروهای متخصص مورد نیاز صنایع منطقه پدید آمد. این واحد دانشگاهی هم‌اکنون در مقاطع ارشد (مهندسی شیمی، مهندسی پلیمر گرایش صنایع پلیمر، مهندسی پلیمر گرایش پلیمریزاسیون، مهندسی شیمی گرایش محیط زیست، مهندسی عمران گرایش محیط زیست) و دکتری دانشجویی پذیرد؛ ولی چند سالی است که پذیرش دانشجوی کارشناسی متوقف شده است. از دستاوردهای این دانشکده کسب رتبه در مسابقات کمیکار (مسابقه دانشجویی برای دانشجویان رشته مهندسی شیمی)، ارائه مقالات متعدد حول صنعت پتروشیمی، ایجاد محیطی مناسب بین صنعت و دانشگاه و... می‌باشد.



۹-۳-۱-۲- دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماهشهر

دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر ماهشهر یکی از واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی است که در بندر ماهشهر استان خوزستان واقع است. این دانشگاه فعالیت خود را در سال ۱۳۶۸ با یک رشته مهندسی شیمی - صنایع پتروشیمی آغاز کرد. معمار این دانشگاه غلامعلی درخشان هوره می‌باشد. در حال حاضر فضای موجود در دانشگاه عبارتند از: فضای آموزشی ۴۱۰۳۱ مترمربع، فضای اداری و خدماتی ۱۶۸۳۵ مترمربع، فضای فرهنگی و هنری ۳۸۰۰ مترمربع و فضای ورزشی ۲۰۷۱۲ مترمربع می‌باشد. این واحد دانشگاهی دارای رشته‌های مختلف در مقاطع کاردانی تا دکتری تخصصی است.

۹-۳-۱-۳- دانشگاه پیام نور

دانشگاه پیام نور (دانشگاه و موسسه آموزش عالی) در بندر ماهشهر و جاده دریاچه نمک واقع شده است و از نظر موقعیت جغرافیایی در نزدیکی کتابفروشی ترک‌پور قرار گرفته است. این دانشگاه به جهت تحصیل در رشته‌های بدون کنکور به صورت مجازی و نیمه حضوری در مقاطع کاردانی تا دکتری و کارشناسی پیوسته تاسیس گردیده است که هر ساله پذیرای علاقه‌مندان بومی و غیر بومی به تحصیل در این دانشگاه می‌باشد.

۱۰-۳-۱-۱- امنیتی_نظامی

بندرماهشهر در ۸ سال دوران دفاع مقدس به‌عنوان یک شهر مهاجرپذیر و نیز به‌عنوان تدارکات و پشت جبهه نقش ارزنده‌ای داشته است و در حال حاضر گروه پدافند هوایی ارتش، منطقه سوم دریایی امام حسین (ع) سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و نیز نیروهای انتظامی در این شهر مستقر است.

۴-۱-۱- چالش‌ها و مسائل شهرستان بندر ماهشهر

با ورود و توسعه صنعت پتروشیمی در ماهشهر هشت مسأله جدی بوجود آمده که اگر از منظر اجتماعی به آن بنگریم، انتظارات و نگرش جامعه محلی و مدیران شهری از صنعت و شرکت‌های پتروشیمی را به ما نشان خواهد داد که عبارتند از؛

۱. ایجاد نابرابری در دسترسی به فرصت‌ها و منابع و ایجاد احساس نابرابری در بین مردم محلی
۲. تغییر در وضعیت اشتغال و معیشت مردم محلی
۳. تغییر در ارزش‌ها و هنجارهای زندگی روزمره
۴. افزایش رونق اقتصادی در منطقه
۵. ایجاد امکانات و خدمات زیربنایی
۶. شیوع انواع آسیب‌های اجتماعی در منطقه
۷. افزایش میزان مهاجرپذیری منطقه
۸. تغییر در وضعیت آموزشی و بهداشتی منطقه

شایسته است صنایع بزرگ منطقه نسبت به مسائل زیر با حساسیت و جدیت بیشتری مواجهه داشته باشند و با محوریت مسئولیت اجتماعی شرکتی نقش موثر و مثبتی در قالب حمایت‌های مالی، مادی، کالبدی و انسانی در این زمینه ایفا نمایند.

۱. اشتغال؛ در زمینه اشتغال بومیان، اکثر مشاغل سنتی منطقه، مانند دامداری، کشاورزی، ماهیگیری و تجارت، یا از بین رفته‌اند یا مانند گذشته رونق ندارند. تا قبل از ورود صنعت، این مشاغل منبع پایدار درآمد مردم بودند و افراد عموماً به‌طور خانوادگی فعالیت می‌کردند و بعد از ورود صنعت دچار چالش جدی اشتغال شده‌اند.
۲. توجه به امکانات زیربنایی و زیرساختی شهرستان با توجه به اقتضات جدید صنعتی از قبیل؛ امکانات آموزشی و ورزشی، فضاهای سبز، بازارهای جدید و ...
۳. آموزش جامعه محلی (آموزش‌های رسمی به‌منظور ایجاد عدالت آموزشی)
۴. نظم و امنیت اجتماعی؛ با توجه به از بین رفتن نظام سنتی حاکم بر اجتماعات محلی
۵. بهداشت جامعه محلی
۶. رفاه اجتماعی؛ فقر و احساس محرومیت نگرش غالب در منطقه است. افراد معتقدند عدالت اجتماعی در بین ساکنین محلی و افراد غیرمحلی وجود ندارد.
۷. توجه به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه محلی

۲-۱- نگاه‌ی به مسئولیت اجتماعی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

۱-۲-۱- مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) یعنی مسئولیت شرکت در پاسخگویی به پیامدهای فعالیت‌هایی که جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. منظور از جامعه، همه ذینفعان شرکت است. مهمترین ذینفعان شرکت که درموقعیت شرکت به صورت مستقیم و غیرمستقیم مؤثر هستند عبارتند از مصرف‌کنندگان، کارکنان، مالکان یا سهامداران و جامعه. این موضوع باید به یک فرهنگ سازمانی تبدیل شود تا با رفتن یک فرد از بین نرود و همه اعضای سازمان بدانند که با رفتن آن مدیر هم باید به همین روش عمل کنند. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی شرکتی یک باور سازمانی است که به دنبال خلق ارزش مشترک بین ذینفعان شرکت است و یک پروژه نیست که آغاز و پایانی داشته باشد. نباید برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی فعالیتی جداگانه از فعالیت‌های روزانه کسب‌وکار شرکت باشد.



CSR از جستارهای «اخلاق کسب و کار» است که به نقش شرکت‌ها در حوزه اجتماع می‌پردازد. لذا مسئولیت اجتماعی شرکتی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد. به عبارتی دیگر CSR یعنی اینکه سازمان‌ها در مقابل جامعه ای که در آن فعالیت می‌کنند مسئول هستند؛ چرا که از منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی آن استفاده می‌کنند.

۲-۱- ابعاد و محورهای مسئولیت اجتماعی شرکتها

مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) دارای چهار بعد است و عبارتند از؛ بعد اقتصادی، که نشان‌دهنده مسئولیت اقتصادی شرکت، بعد قانونی که نشان‌دهنده مسئولیت قانونی و حقوقی شرکت، بعد اجتماعی که نشان‌دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت و بعد اخلاقی که نشان‌دهنده مسئولیت اخلاقی شرکت است. این ابعاد در کنار همدیگر مسئولیت‌های شرکت را در سه محور اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مشخص می‌کند. لذا شرکت‌های پیشرو همواره کوشیده‌اند میان دغدغه اقتصادی خود و اجتماع و محیط‌زیست نوعی تعادل ایجاد کنند و مسئولیت اجتماعی خود را جدی بگیرند.

۳-۲-۱- رابطه شرکت‌های صنایع پتروشیمی با محیط درونی و بیرونی

شرکت‌ها و سازمان‌ها درخلاء زندگی نمی‌کنند و ارتباط آن‌ها با دنیای بیرون است که به آن‌ها موجودیت و هویت می‌دهد. این دنیای بیرون را می‌توان کشور، جامعه و فرهنگ آن، دولت و قوانین آن، مشتریان و خواسته‌ها، نیازها و سلیقه آن‌ها، تأمین‌کنندگان، رقبا، کشورهای دیگر، شرکت‌های بین‌المللی، چندملیتی و غیره دانست که می‌تواند باعث بی‌ثباتی، فشار

رقابتی و اختلال یا رشد، شکوفایی و کارآمدی شرکت شود.

هرکدام از عوامل تأثیرگذار بیرونی، تأثیری مثبت و سازنده و یا اثری مخرب و بازدارنده بر شرکت و سازمان دارند. در نظر گرفتن همین نکته کافی است که شرکت‌ها و مدیران ارشد آن‌ها، ضرورتاً محیط بیرونی خود را با شیوه‌هایی صحیح، علمی و کاربردی بررسی و عوامل مؤثر خارجی را ارزیابی نمایند و در نهایت، فرصت‌ها و تهدیدهایی را که در



بیرون، سازمان را انتظار می‌کشند، مشخص نمایند. تنها در این صورت و در کنار تحلیل مناسب محیط درونی سازمان است که می‌توان استراتژی‌ها و رویکردهایی ثمربخش و کارا را به کار گرفت تا در محیط متغیر امروز، بتواند از میان مشکلات و مسائل سرفرازانه سر برآورد، تا پس از کسب اطمینان از بقاء و ادامه حیات خود در پی گسترش و توسعه کسب و کار برآید.

پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع، مسئولیت و پاسخگویی در مورد فعالیت‌ها و تصمیماتی است که در قبال ذینفعان خود انجام می‌دهد. تداوم این رفتار مسئولانه می‌تواند باعث شکل‌گیری هویتی مشروع و قابل پذیرش از یک سازمان در بین ذینفعان خود و حتی جامعه شود. بنابراین اگر سازمان‌ها، موفقیت و تداوم حیات خود را در گرو مسئولیت و پاسخگویی در برابر محیط اجتماعی، رسمی و ذینفعان خود ببینند، در این صورت با رویکردی آینده‌نگرانه، توجه به مسئولیت‌های اجتماعی، نه تنها سیاستی هزینه‌بر تلقی نخواهد شد، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی بلندمدت برای سازمان خواهد بود تا از یک طرف سود اقتصادی خود را افزایش داده و از طرف دیگر با رعایت ارزش‌ها و هنجارهای جامعه، هویتی مشروع در بین ذینفعان خود و جامعه کسب کرده و نیازها و انتظارات آنان را به نحو مطلوبی برآورده کنند. (طالبیان و همکاران ۱۳۹۳: ۱۶۵)

مطالعات مختلف نشان می‌دهد که ارتباطی دوطرفه بین شرکت و اجتماع وجود دارد. طبق نتایج این مطالعات، هرگاه شرکت‌ها در مسیر ارائه کمک و حمایت به جامعه نقش آفرینی کرده‌اند، جامعه نیز شرایط لازم برای کسب بازده توسط شرکت و توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری را فراهم می‌کند. در نتیجه، مسئولیت شرکت در قبال اجتماع هم برای خود شرکت و هم برای اجتماع سودمند است. ذی‌نفعان، از شرکت‌ها انتظار دارند اخلاق را در کسب‌وکار و فعالیت‌های خود رعایت کنند و مشتریان ترجیح می‌دهند از شرکت‌هایی که نسبت به مسئولیت اجتماعی خود توجه دارند، خرید کنند.

به همین جهت، شرکت‌های پیشرو همواره کوشیده‌اند میان دغدغه اقتصادی خود و اجتماع و محیط‌زیست نوعی تعادل ایجاد کنند و مسئولیت اجتماعی خود را جدی بگیرند. این شرکت‌ها به اهمیت ارتباط میان برند یا علامت تجاری خود با مسئولیت اجتماعی شرکت واقف‌اند. زیرا مسئولیت اجتماعی شرکت نه تنها در میان جامعه و ذی‌نفعان نسبت به برند شرکت آگاهی ایجاد می‌کند، بلکه تصویری مثبت از آن را در اذهان پدید می‌آورد. این موضوع از یک سو عملکرد مالی شرکت را تحت تاثیر جدی قرار می‌دهد و آن را بهبود می‌بخشد و از سوی دیگر، به تقویت ذی‌نفعان و در شکلی فراگیرتر به حفظ و تقویت جامعه می‌انجامد. در واقع، سرمایه‌گذاری در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت، برخلاف پندار برخی، اقدامی هزینه‌بر نیست. بلکه، اقدامی مبتنی بر مدیریت استراتژیک، در جهت ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت و کمک به توسعه جامعه است.

۴-۲-۱- اهمیت خط‌مشی‌گذاری، تدوین سیاست‌ها و راهبردها در تحقق مسئولیت اجتماعی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

شرکت‌ها در مواجهه با مسائل و مشکلات عمومی، ناگزیر به تنظیم خط‌مشی هستند به نحوی که کیفیت مدیریت را می‌توان برحسب میزان موفقیت در اجرای خط‌مشی‌ها مورد سنجش قرار داد. خط‌مشی به معنای تخصیص مقتدرانه ارزش‌هاست؛ به عبارتی مسیری برای اقدامات مشخص است که هدایت، رهنمود و جهت‌گیری برای نیل به اهداف معین کلی و جزئی مدنظر شرکت‌ها را فراهم می‌کند. لذا اگر وزارت نفت و به تبع آن شرکت‌های پتروشیمی بخواهند به مسئولیت اجتماعی خویش در قبال جامعه متعهد باشند، بدون خط‌مشی‌گذاری و تدوین سیاست‌ها و راهبردها این کار میسر نخواهد شد و به عبارتی تمام امور شرکت‌های پتروشیمی به تدوین و اجرای خط‌مشی‌ها، سیاست‌ها و استراتژی‌ها وابسته است. استراتژی مسئولیت‌های اجتماعی یک نقشه راه در جهت حرکت به سوی موضوعات مسئولیت‌های اجتماعی است. در این نقشه راه، مسیر حرکت و حوزه‌هایی که در دراز مدت در ارتباط با مسئولیت اجتماعی می‌باشند، بیان شده و به شرکت اجازه می‌دهد با استفاده از منابع خود جهت تامین نیازهای بازار و تکمیل انتظارات ذینفعان خود موفق باشد. خط‌مشی‌گذاری، تدوین سیاست‌ها و راهبردها در حوزه مسئولیت اجتماعی ضمن اینکه موجب می‌شود تصویر شرکت بهبود یابد و مخالفت قدرت نظارتی کمتر شود، موجب افزایش انگیزه و ماندگاری سرمایه انسانی، جذب جریان ورودی سرمایه بیشتر از منابع مختلف (جذب سرمایه‌گذار به عبارتی وقتی تصویر شرکت به میزان زیاد بهبود پیدا کند، افراد تمایل خواهند داشت در فعالیت‌های شرکت سرمایه‌گذاری کرده و حتی شرکت می‌تواند سرمایه از خارج کشور نیز جذب نماید) شود.

تمامی شرکت‌ها به یک چارچوب اجرا برای مسئولیت‌های اجتماعی نیاز دارند. یک چارچوب اجرا خوب شامل جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی برای تصمیم‌گیری می‌باشد. اگر شرکت به درستی مدیریت گردد می‌توان منافع برای خود، سهامداران و ذینفعانی که به واسطه فعالیت‌های شرکت متاثر می‌شوند، فراهم کند. هدایت و کنترل ناکافی فعالیت‌های شرکت می‌تواند توانایی‌های شرکت را به خطر اندازد.

خط‌مشی‌گذاری، تدوین سیاست‌ها و راهبردها در حوزه مسئولیت اجتماعی موجب می‌شود:

- ۱- مسیر حرکت کلی در خصوص این که شرکت در چه بخش‌هایی می‌خواهد مسئولیت اجتماعی انجام دهد روشن و شفاف شود.
- ۲- ذینفعان، دیدگاه‌ها و علایق آن‌ها بهتر شناخت شوند
- ۳- رویکرد اساسی برای پیشرو بودن مشخص شود.
- ۴- حوزه‌های با اولویت خاص مشخص شوند
- ۵- مسیر زمانی جهت اقدام‌ها، سرمایه انسانی مسئول و اقدام‌های فوری بعدی تعیین شوند
- ۶- فرآیند جهت بازبینی و اطمینان از نتایج ترسیم شود

۵-۲-۱- مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت

وزارت نفت به عنوان جزئی از حکومت اسلامی، انفال و معادن را در اختیار دارد تا براساس رعایت مصالح عام، نسبت به آنها عمل نماید. شرکت ملی نفت ایران و شرکت‌های تابعه به‌عنوان بازوی عملیاتی وزارت نفت، عملاً عملیات اکتشاف و توسعه میادین نفتی را به عهده دارند. عملیات اکتشاف و توسعه شامل مراحل مختلف و مستلزم صرف وقت است که می‌تواند منشاء اثرات خوب و سازنده‌ای برای کشور و مناطق نفت‌خیز داشته باشد و از جهتی می‌تواند آسیب‌های جدی به بافت‌ها و ساختارهای اجتماعی و زیست محیطی وارد نماید.

با وجود سابقه بیش از صد و ده سال فعالیت صنعت نفت در کشور و اقدامات درخوری که به‌منظور ارتقاء و توسعه زیر ساخت‌های زیربنایی و رفاهی در مناطق عملیاتی (جهت استفاده کارکنان و ساکنین جامعه محلی) انجام گرفته است، اما به‌طور کلی باید اذعان داشت که مفهوم نوین با دامنه گسترده موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) به تازگی و در طی چند سال اخیر در این صنعت مطرح شده و می‌رود تا در کنار توسعه صنعتی نقش آفرین باشد.

صنعت نفت در زمره نخستین پیشگامان توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت قرار دارد. این نوع مسئولیت به‌طور عمده تعهدات شرکتی یا سازمانی را در قبال محیط طبیعی و اجتماعی دربرمی‌گیرد و این تعهدات را در کنار فعالیت اقتصادی بنگاه قرار می‌دهد. روح این نوع مسئولیت مبتنی بر اخلاق بوده و در کنار نفع اقتصادی، به منافع ذینفعان شرکت یا سازمان نیز توجه دارد.

صنعت نفت ایران به‌عنوان بزرگترین صنعت کشور، در عمر بیش از یکصد و ده ساله خود، اقدامات اثربخشی را که با مسئولیت اجتماعی این صنعت همسو بوده، در مناطق نفت و گازخیز کشور، انجام داده است. امروزه حجم گسترده‌ای از این اقدامات در قالب پروژه‌های عمرانی، آموزشی، بهداشتی درمانی، محیط زیستی، اشتغال‌زایی و ... در نقاط مختلف کشور به ویژه مناطق عملیاتی صنعت نفت در دست اجراست.

آقای مهندس زنگنه در همایش مسئولیت‌های اجتماعی وزارت نفت در خصوص مسئولیت اجتماعی در وزارت نفت اینگونه بیان کرده‌اند: «ما برای دستیابی به اهداف مسئولیت‌های اجتماعی که به گردن وزارت نفت است قدم‌های خوبی برداشته‌ایم اما باید این فعالیت‌ها در شرکت‌های نفتی نهادینه شود. امروز نظام‌نامه‌ای را برای اجرای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت ابلاغ کردیم که قدم اول برای دستیابی به اهداف مسئولیت‌های اجتماعی است.»

وزیر نفت تأکید کرده است: «نفت صنعتی است که ریسک زیست محیطی بسیار بالایی دارد و آلاینده‌های محیطی اجتماعی تأثیرگذاری در محل برداشت و پالایش خود ایجاد می‌کند و بعد از این هیچ طرحی از مرحله طراحی تا اجرا بدون ملاحظات زیست محیطی اجرا نشود.»

معاونت امور مسئولیت اجتماعی وزارت نفت نیز معتقد است؛ «خوشبختانه شرکت‌های دخیل در مقوله مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز کشور اهتمام ویژه‌ای به ارائه گزارش‌های پیرامون این موضوع داشته‌اند و گزارش‌های ارائه شده می‌تواند مبنای بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آینده شرکت‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی باشد.»

معاونت امور مسئولیت اجتماعی وزارت نفت از مسئولیت اجتماعی به‌عنوان مفهومی نوین در سطح جهان یاد می‌کند و آن را مولفه‌ای برای دستیابی به توسعه پایدار می‌داند و معتقد است: امروز مسئولیت اجتماعی شرکت در قالب مفهوم توسعه پایدار مورد توجه بوده است و شاخص‌های علمی مرتبط با آن همخوانی بسیاری با شاخص‌های توسعه پایدار دارد. مفهوم توسعه پایدار در مسئولیت اجتماعی آن‌طور که باید در ایران شکل نگرفته و نگاه مدیران شرکت‌ها به این مسئله معطوف به اقدام‌های عام‌المنفعه است.

دکتر طالبیان پیرامون نقش صنعت نفت در توسعه می‌گوید: «بدون تردید صنعت نفت در هر نقطه‌ای که گسترش یافته به‌طور همزمان، توسعه اقتصادی و اجتماعی به همراه داشته است، البته پیامدهایی را در زمینه محیط‌زیست و جامعه محلی شاهد بودیم که از این منظر سعی کردیم در توسعه مفهوم مسئولیت اجتماعی، این نگاه را در نفت ایجاد کنیم، مردمی که در اطراف این صنعت زندگی می‌کنند، از منافع و ارزش افزوده‌ای که صنعت در آنجا ایجاد کرده است، بتوانند بهره‌مند شوند.»

۶-۲-۱- عملکرد صنعت پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی

مدیران شرکت ملی صنایع پتروشیمی در راستای تحقق اهداف بنیادین شرکت «توسعه برای آینده پایدار برای ارتقاء کیفیت زندگی مردم» از سال ۹۳-۹۲ اقدام به طراحی و استقرار مدیریت یکپارچه مسئولیت اجتماعی شرکت و گزارش‌دهی اقدامات مرتبط نمود که به تحقق موارد ذیل منجر گردید:

- ۱- کمک به تقویت زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی در مناطق عملیاتی
- ۲- بسترسازی جهت افزایش انگیزه کارکنان برای کار و زندگی در مناطق عملیاتی و تعامل مطلوب با ساکنان مناطق و کاهش فاصله اجتماعی
- ۳- کمک به شکل‌گیری یا تقویت معیشت پایدار کارکنان مناطق از طریق توانمندسازی آنان
- ۴- زمینه‌سازی برای مشارکت سه ضلع صنعت پتروشیمی - مردم - دستگاه حاکمیتی
- ۵- بسترسازی جهت تبادل فرهنگی بومی و غیر بومی و کمک به حفظ فرهنگ بومی و محلی
- ۶- کمک به حفظ منابع طبیعی - تنوع زیستی - اکوسیستم‌های حساس موجود در مناطق
- ۷- کمک به ایجاد انگیزه برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و ...

۱-۲-۷- زیربنای مفهومی مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی صنایع پتروشیمی

زیربنای مفهومی مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی صنایع پتروشیمی را میتوان در ۴ دسته تقسیم‌بندی کرد؛

۱-۲-۷-۱- مسئولیت‌پذیری صنایع پتروشیمی و پاسخ‌گویی به نیازها و خواسته‌های جامعه

مسئولیت اجتماعی، تدابیر و رفتارهای تجاری در حوزه‌های کارگری، مصرف‌کننده‌ها، حمایت‌های زیست محیطی، حقوق بشر، ضوابط رفتاری اخلاقی و اطاعت‌پذیری، فعالیت‌های اجتماعی و خیرخواهی شرکتی را شامل می‌شود. در واقع، توسعه و اجرای تدابیر و راهبردهای این حوزه‌ها، ابعاد کلیدی مسئولیت اجتماعی شرکت را تشکیل می‌دهد. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، این اجزاء را به هم وصل می‌کند و فعالیت‌ها را حول یک چارچوب خاص سازمان می‌دهد که حمایت‌کننده تجارت و تقویت‌کننده گفتگو با ذی‌نفعان اصلی باشد و در قبال هریک از این حوزه‌ها نیز مسئولیت‌پذیر و پاسخگو باشد.

با فعالیت هر شرکت در جامعه سودی نصیب این شرکت‌ها می‌شود که ناشی از حضور و فعالیت آن‌ها در منطقه حوزه فعالیت‌شان است. این فعالیت در نوع خود می‌تواند مشکلاتی برای محیط‌زیست ایجاد کند از مصرف کاغذ بیشتر که منجر به قطع درختان افزون‌تر می‌شود تا آلودگی‌های صنعتی و ...

شرکت ملی صنایع پتروشیمی در راستای مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به جامعه پیرامونی اقداماتی نظیر کاشت ۸ میلیون اصله نهال حرا در خورها و سواحل اطراف ماهشهر، احداث مرکز تفریحی نظیر دریاچه نمک و پارک ۶۸ هکتاری مشارکت در احداث پارک ارم برگزاری مناسبات زیست محیطی در روز جهانی زمین پاک و روز ملی هوای پاک و ... نموده است.

۱-۲-۷-۲- کسب‌وکار مسئولانه صنایع پتروشیمی همراه با تولید ثروت

شرکت ملی صنایع پتروشیمی روند توسعه پرشتاب کسب‌وکار خود را در دو منطقه عسلویه و ماهشهر پی‌ریزی کرده است. مناطقی که کمتر توسعه‌یافته بودند و با حضور این صنعت در تمام ابعاد اجتماعی دچار تغییر شدند. گسترش مناسبات منطقه‌ای، فراهم کردن زمینه حضور اقوام و فرهنگ‌های مختلف تنها بخشی از این تغییرات است که البته متناسب با نوع فعالیت هر شرکت متفاوت است.

استخدام نیروهای فارغ‌التحصیل جوان بومی، خدمات‌رسانی به مردم منطقه ماهشهر از طریق کلاس‌های آموزشی، تاسیس باشگاه ورزشی از جمله این اقدامات است.

۱-۲-۷-۳- ایجاد رابطه برد- برد بین سازمان‌ها (صنایع پتروشیمی) و جامعه محلی

با توجه به عدم رشد متوازن سرعت توسعه این صنعت با نظام اداری، قضایی و انتظامی در مناطق کمتر توسعه‌یافته، صنعت پتروشیمی با تلاش خود بار توسعه این مجموعه‌ها را هم به دوش کشید تا برای حجم زیاد کارمندان این صنعت که قرار بود به‌عنوان نیروی کار در این مناطق ساکن شوند، امکانات زندگی را فراهم آورند. سرعت توسعه پتروشیمی چنان زیاد بود که تاب متوقف ماندن برای تصویب قوانین و توسعه ساختارهای اداری و قضایی و انتظامی را نداشت و خود هزینه توسعه این نهادها را می‌پرداخت.

ساخت مجتمع‌های مسکونی در ماهشهر و عسلویه آغاز شد. در این شهرک‌ها مدارس و دانشگاه تاسیس شد و همه امکانات اولیه زندگی شهری شامل فروشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی، برخی تفریحگاه‌ها و تفرجگاه‌ها و پارک‌ها در نزدیکی این شهرک‌ها احداث شد.

در کنار این خدمات، شرکت ملی صنایع پتروشیمی کمک به توسعه شهری عسلویه و ماهشهر را هم در دستور کار قرار داد و با همکاری فرمانداری و شهرداری‌های این مناطق هزینه‌های مختلفی را برای توسعه این شهرها متحمل شد و اقداماتی نظیر احداث فرودگاه، جاده و احداث بیمارستان ۲۰۰ تخت‌خوابی در ماهشهر را به عمل آورد.

۴-۷-۱- خلق ارزش مشترک جامعه و سازمان (صنایع پتروشیمی)

شرکت ملی صنایع پتروشیمی با هدف ایجاد خلق ارزش مشترک جامعه با سازمان در دو منطقه عسلویه و ماهشهر با محوریت شرکت‌های عملیات غیر صنعتی ماهشهر و شرکت‌های عملیات غیرصنعتی بازارگاد منطقه عسلویه اقدام به تشکیل شورای راهبردی مدیران عامل منطقه پارس جنوبی و شورای راهبردی عملیات غیرصنعتی شرکت‌های پتروشیمی منطقه ماهشهر نمود. این شوراها می‌توانند مسئولیت و مدیریت ایفای نقش اجتماعی شرکت‌ها را بر عهده بگیرد و ضمن شناسایی اولویت‌های هر منطقه زمینه را برای وظایف شرکت‌ها به صورت جمعی فراهم کند.

با در نظر گرفتن پارامترهای مختلف مانند تعداد کارکنان، میزان آلاینده‌گی، میزان درآمد و بسیاری شاخص‌های دیگر می‌توان سهم هر شرکت را در ایفای مسئولیت‌های اجتماعی مشخص کرد.

با این الگو می‌توان زمینه مدیریت بهتر و حضور موثرتر شرکت‌های پتروشیمی را در مناطق اجتماعی خود و ایفای مسئولیت ویژه هر شرکت فراهم کرد.

کسب‌وکار امروزین نیاز خود را به همزیستی مسالمت‌آمیز با جامعه و محیط کسب‌وکار درک کرده و این حقیقت را دریافته است که با آسیب دیدن و تضعیف اجتماع و محیط پیرامون، پایداری کسب‌وکار و توسعه پایدار اجتماع که می‌تواند عامل اصلی بقای سازمان باشد، به خطر می‌افتد.

ایفای مسئولیت‌های اجتماعی نه تنها هزینه شرکت‌ها را افزایش نمی‌دهد بلکه زمینه توسعه پایدار آن‌ها، سوددهی بلندمدت و بهره‌وری بیشتر را فراهم می‌کند. ایفای مسئولیت‌های اجتماعی نه یک هزینه بلکه یک سرمایه‌گذاری سودآور و موفق است.

۸-۲-۱- نقش ساختار مسئولیت اجتماعی شرکتهای صنایع پتروشیمی بر موفقیت و عملکرد آن

شرکت‌ها موفقیت و تداوم حیات خود را در گرو مسئولیت در برابر محیط اجتماعی می‌بینند و مسئولیت اجتماعی شرکت، نوعی سرمایه‌گذاری انسانی و اجتماعی تلقی می‌شود و اثرات بسیار جدی و مهمی بر فعالیت‌ها و عملکرد شرکت‌ها می‌گذارد. نکته‌ای که آقای مهندس زنگنه در همایش مسئولیت‌های اجتماعی وزارت نفت به آن اشاره نمودند که: «در کشورهای دیگر دنیا شرکت‌های نفتی معتقدند که بدون اجرای طرح‌های مسئولیت اجتماعی نمی‌توانند به فعالیت خود ادامه دهند و خود را ملزم اجرای این طرح‌ها می‌دانند»

برخی از اثرات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ویژه در صنعت پتروشیمی بر موفقیت و عملکرد آن‌ها فهرست‌وار اشاره می‌شود:

- ۱- اعتبار و شهرت شرکت و بازسازی شهرت مخدوش برخی شرکت‌ها
- ۲- متفاوت جلوه دادن شرکت نسبت به رقبا
- ۳- افزایش روحیه کاری کارمندان شرکت (چنانچه شرکت بتواند کارمندان را با دلایل اجتماعی خود درگیر کند)
- ۴- نوآوری و ایجاد موقعیت‌های جدید در عرصه‌های مختلف یک شرکت
- ۵- افزایش اعتبار و محبوبیت شرکت‌ها
- ۶- جذب و حفظ کارمندان، مشتریان و ذینفعان
- ۷- بهبود موفقیت شرکت‌ها در بلندمدت
- ۸- رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت و بهبود عملکرد مالی آن
- ۹- سلامت و رفاه اجتماعی

۹-۲-۱- شرکت‌های پتروشیمی و نقش بالقوه آن‌ها در توسعه یافتگی شهرستان بندر ماهشهر

واقعیت این است که شهرستان بندر ماهشهر نه توسعه یافته و نه توسعه نیافته، بلکه در این منطقه توسعه نامتوازن رخ داده است. نادیده گرفتن ابعاد اجتماعی و فرهنگی توسعه صنعتی در ماهشهر باعث شده است که توسعه اقتصادی تا حدی در شهرستان شکل بگیرد؛ اما توسعه اجتماعی و فرهنگی رشد مناسب و متوازی نداشته باشد. علاوه بر آن، از بدو ورود صنعت پتروشیمی و از زمان توسعه از دهه هفتاد بخش‌های دیگر اقتصادی از جمله بخش کشاورزی، صیادی و همچنین اقتصاد شهری مورد غفلت قرار گرفته است. یکی دیگر از نشانه‌های عدم توازن در ماهشهر، رشد صنایع بالادستی و عدم رشد صنایع پایین دستی پتروشیمی بوده است.

توسعه صنایع موجب افزایش ساختمان‌های صنعتی (کارخانجات صنعتی) در حاشیه شهرها شده است. کارخانجات صنعتی با اینکه عمدتاً به منظور تأمین نیازهای نسل بشر ساخته می‌شوند، اما عوارضی را نیز به همراه دارند و علیرغم اینکه ضرورتاً در خارج از شهرها ساخته می‌شوند، با این حال، گسترش شهری را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهند. صنعت پتروشیمی به عنوان یکی از صنایع مادر، مهمترین پایه‌های توسعه و موتور محرک بخش‌های گوناگون اقتصاد هر کشور محسوب شده و وظیفه تولید محصولات گوناگون از منابع نفت و گاز را از طریق احداث و راه اندازی مجتمع‌های پتروشیمی به عهده دارد.

گسترش صنایع پتروشیمی کشورمان چندین هدف مهم چشم انداز ۱۴۰۴ از جمله افزایش درآمد صادراتی، حذف تدریجی وابستگی به درآمد حاصل از خام فروشی نفت و گاز، گسترش صنایع پایین دستی، بسترسازی برای گسترش سایر بخش‌های اقتصاد اعم از صنعت، کشاورزی و خدمات، و نیز اشتغال‌زایی، افزایش تولید ناخالص داخلی و ارتقاء سطح رفاه جامعه را محقق خواهد ساخت.

منطقه بندر ماهشهر، بندر امام خمینی^(۵)، جراحی به لحاظ موقعیت استراتژیک خود، دارای آینده‌ای روشن و درخشان می‌باشد و روز به روز بر توسعه و پیشرفت آن افزوده می‌شود. پتروشیمی و صنایع وابسته به آن نقش مهمی در اقتصاد ماهشهر ایفا می‌کند و موجب ایجاد هزاران فرصت شغلی مستقیم از قبیل جذب و استخدام نیروی کار و غیرمستقیم از قبیل توسعه

خدمات، احداث هتل‌ها، رستوران‌ها، مجموعه‌های مسکونی، سیستم حمل و نقل عمومی، توسعه خدمات رفاهی و بهداشتی و آموزشی و فرهنگی و ... شده است که در نهایت موجبات رشد و توسعه روزافزون ماهشهر را به دنبال آورده است؛ به نحوی که رشد و شکوفایی فعلی ماهشهر مدیون وجود پتروشیمی است.

توسعه قابل توجه صنایع پتروشیمی در سال‌های اخیر در منطقه ماهشهر و رشد فزاینده این صنعت با راه‌اندازی پروژه‌های جدید پتروشیمی بستر مناسبی را برای توسعه و اشتغال بیشتر در این منطقه فراهم آورده است.

البته باید توجه نمود که این کارخانجات با وجود اینکه به دلایل اقتصادی (زمین ارزان و امکان انجام کارهای خدماتی) جمعیت را به سوی خود می‌کشاند، ضمن از میان بردن محیط‌زیست و کمربند سبزشهری، موجب گسترش بدون برنامه شهرها می‌شوند. دیدگاه اهالی و ساکنین را نسبت به معیارهای زندگی، به سبب مجاورت با کارخانجات صنعتی به شدت متحول می‌کند و متعاقباً مشکلات و تأثیرات منفی روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی فراوانی خصوصاً برای نسل‌های بعد به وجود می‌آورد.

فرانسوا پرو معتقد است که هرگاه عوامل توسعه در ناحیه‌ای متمرکز شود، انتشار امواج آن به نواحی دیگر، دیر یا زود با موانعی روبرو می‌شود (حتی در کشورهای پیشرفته). میزان عوامل کندکننده انتشار توسعه به نواحی دیگر، به درجه توسعه اقتصادی کشورها بستگی دارد. در کشورهای توسعه نیافته، عوامل کندکننده در بیشترین حد از عدم توازن قرار دارند، بنابراین، پراکنش و انتشار توسعه به مناطق دیگر نیز با موانع بیشتری روبرو می‌شود. گاهی در کشورهای توسعه نیافته، به دلایلی مانند کشف منبع انرژی، رونق اقتصادی قابل ملاحظه‌ای ایجاد شده است، اما تراکم عوامل کندکننده طوری بوده است که مانع انتشار توسعه به نواحی پیرامون منبع انرژی می‌شود. بنابراین، اختلاف شدیدی از نظر توسعه اقتصادی بین دو ناحیه هم‌مرز پدید می‌آید. (متا، ۱۳۸۴: ۳۵)

از دیدگاه توسعه پایدار، اگر هدف از توسعه گسترش امکانات و بهبود شرایط و کیفیت زندگی انسان‌هاست، این امر نه تنها درباره نسل کنونی بلکه برای نسل‌های آینده نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. معنای توسعه پایدار، فقط حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی نیست، بلکه مفهومی نو از توسعه و رشد اقتصادی است، رشدی که بدون تخریب منابع طبیعی و برهم زدن تعادل زیست محیطی، عدالت و امکانات زندگی را برای همه مردم جامعه اعم از شهری، روستایی و عشایری و نه فقط قشرهای محدودی از جامعه فراهم می‌کند. (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۴۵)

امروزه کارخانجات صنعتی در جهان جایگاه ویژه‌ای دارند و علیرغم جنبه‌های مثبت اقتصادی و فنی، توسعه شهری را خصوصاً در شهرهای بزرگ به میزان قابل توجهی تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. (رهایی و قائم‌مقامی، ۱۳۹۰، ۳۶) لذا با توجه به نارسایی‌های برنامه‌های توسعه در گذشته که بیشتر بر بعد اقتصادی تأکید داشتند و از بالا به پایین اجرا می‌شدند، در حال حاضر، برای دستیابی به توسعه پایدار اجتماعات محلی که خود هدف توسعه هستند، مشارکت جامعه محلی، مهمترین عامل برای تحقق توسعه پایدار محسوب می‌شود و در صورتی که مشارکت محلی ماهشهر افزایش پیدا کند بدون شک صنعت پتروشیمی نقش بیشتری در توسعه‌یافتگی ماهشهر ایفا خواهد نمود.

به نظر می‌رسد که در فرایند توسعه صنعتی ماهشهر باید به ابعاد منطقه‌ای - محلی و ابعاد اجتماعی - فرهنگی توسعه، بیش از ابعاد ملی یا صرفاً براساس تولید ناخالص ملی آن توجه نمود.

۱۰-۲-۱- انتظارات محیط پیرامونی از شرکتهای صنایع پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی

در هر کسب و کاری و از جمله شرکتهایی که برای تولید ثروت و کسب و کار ایجاد شده‌اند انتظار می‌رود در صد مسئولیت تمام کارهای خود که جنبه اجتماعی دارند را به عهده بگیرند. بدین معنی که شرکت‌ها در برابر اثرات ناشی از فعالیت‌های خود بر ذینفعان مرتبط، مسئول می‌باشند. کسب و کارها متعهد هستند به رفتارهای منصفانه و مسئولیت‌پذیری، مشارکت در توسعه اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی نیروی کار و خانواده‌های آن‌ها و همچنین بهبود کیفیت انجمن‌های محلی و اجتماع در مقیاس بزرگ ادامه دهند. این مسئولیت در کسب و کار معمولی بر عهده صاحب آن و در شرکت‌ها بر عهده هیئت مدیره و مدیر عامل آن شرکت است.

دغدغه‌ای که امروزه محیط بیرونی، پیرامونی و جامعه محلی دارند و لازم است برای آن چاره‌جویی نمایند این است که؛ آیا شرکت‌ها می‌توانند در آن واحد هم موفق باشند و هم درستکار؟ هم دنیا را نجات دهند و هم سودآوری مناسب داشته باشند؟ شاید راهبردهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در برخی شرایط خاص موثر باشند، اما در نهایت معمولاً بین نفع شرکت و نفع کل جامعه شکافی بزرگ وجود دارد. دلایل وجود این شکاف را می‌توان در چهار باور نادرست درباره مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها جستجو کرد:

باور نادرست اول: بازار می‌تواند در کنار بازده مالی کوتاه مدت نفع اجتماعی بلندمدت را نیز تامین کند. اما واقعیت این است که: منافع سرمایه‌گذاران و سهام‌داران شرکت مهم‌تر از نفع عمومی است.

باور نادرست دوم: مصرف‌کننده اخلاق‌مدار عامل تغییر خواهد بود. اما واقعیت این است که: مصرف‌کنندگان بیش از آن که به اخلاق اهمیت دهند به مسائلی مثل قیمت، طعم، یا تاریخ انقضا توجه دارند.

باور نادرست سوم: شرکت‌ها بر سر اخلاق‌مداری با هم رقابت خواهند کرد. اما واقعیت این است که: تظاهر به اخلاق‌مداری برای روابط عمومی شرکت جواب می‌دهد و اقدامات بنیادینی صورت نمی‌گیرد.

باور نادرست چهارم: در اقتصاد جهانی، کشورها - شرکت‌ها - بر سر رسیدن به راهکارهای اخلاق‌مدار رقابت خواهند کرد. اما واقعیت این است که: فشار رقابت نمی‌گذارد که کشورها - شرکت‌ها - دغدغه رعایت محیط زیست و حقوق بشر داشته باشند.

در مسیر تغییر از طریق مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها جایی هم برای بازارها وجود دارد، اما بعید است بازار به تنهایی بتواند پیشرفت موردنظر طرفداران مسئولیت اجتماعی را به ارمغان بیاورد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عمدتاً تاثیر روانی دارد ولی در بلندمدت قادر به حل واقعی چالش‌های گسترده اجتماعی نخواهد بود. (دیداری ۱۳۹۶؛ ۸۴)

۱۱-۲-۱- انتظارات و نگرش جامعه محلی و مدیران شهری از صنعت و شرکت‌های پتروشیمی

انتظارات و نگرش جامعه محلی و مدیران شهری از صنعت و شرکت‌های پتروشیمی در حوزه فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، زیست محیطی، اقتصادی، مدیریت شهری، زیرساخت‌های شهری، بهداشت و درمان و ... را می‌توان در سه طیف نگرش‌های مثبت، نگرش‌های میانه و متعادل و نگرش‌های بسیار منفی تقسیم‌بندی کرد. به صورت مختصر به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره خواهیم کرد.

با ایجاد فرصت‌های شغلی فراوان (بویژه برای نیروی انسانی نیمه ماهر و ماهر) شهرستان بندر ماهشهر به یک مقصد عمده مهاجرپذیر تبدیل شده است که منجر به عدم تعادل جمعیتی اجتماعی به ویژه در نسبت جنسی، ساختار جمعیت و سطح سواد و ... بروز ناهنجاری‌های فرهنگی، اجتماعی و مشکلات اقتصادی شده است. این وضعیت علاوه بر ساکنان منطقه ماهشهر، برای سایر گروه‌های دست اندکار، مانند مسئولین و مقامات دولتی و محققان نیز به یک موضوع چالش‌برانگیز تبدیل شده است. (عنبری و ملاکی، ۱۳۹۰: ۸۸)

اولین انتظار جامعه محلی این است که صنعت پتروشیمی علاوه بر افزایش درآمد به بهبود شاخص‌های رفاهی و انسانی در این مناطق کمک کند.

به‌طور طبیعی با ایجاد قطب صنعت، مشاغل جدیدی در منطقه ایجاد می‌شود. در فضای جدید که مشاغل مرتبط با صنعت غلبه دارند، مشاغل سنتی و بومی مانند کشاورزی، ماهیگیری و تجارت محدود می‌شوند و اکثر بومیان در زمینه اشتغال پایدار با مشکل مواجه می‌شوند. بنابراین، اشتغال صنعتی و مدرن یکی از پیامدهای حضور صنعت در منطقه است که به طور بالقوه می‌تواند بر اشتغال پایدار در اجتماعات محلی و مهم‌تر از آن بر رونق اقتصاد بومی تأثیر بگذارد. لذا انتظار می‌رود شرکت‌های پتروشیمی در کنار اشتغال صنعتی نگذارد مشاغل سنتی و بومی دچار مشکل شوند.

به همین ترتیب، پیامدهای مختلف دیگر مانند ایجاد نابرابری، افزایش امکانات و زیرساخت‌ها، تغییرنگرش‌ها و ارزش‌ها، حضور مهاجرین غیربومی که برای کار به منطقه وارد می‌شوند، افزایش آلودگی‌های محیط‌زیست و هوا، بهبود وضعیت آموزش و بهداشت به دلیل سرمایه‌گذاری بیشتر در این زمینه‌ها و غیره، بر توسعه پایدار محلی و منطقه‌ای تأثیر می‌گذارند. در بعضی موارد، این پیامدها می‌توانند آثار مثبتی بر روند توسعه پایدار محلی داشته باشند و در مواردی هم می‌توانند آثار منفی بر شاخص‌های توسعه پایدار داشته باشند. (عنبری و ملاکی، ۱۳۹۰: ۹۴)

در نظرسنجی انجام شده، اکثریت شهروندان (۶۷/۴٪) هم صنعت پتروشیمی و هم دولت را مسئول توسعه شهرستان دانسته‌اند. ۲۴/۴٪ از شهروندان نیز دولت را مسئول توسعه و آبادانی شهر می‌دانند و ۷/۲٪ نیز صنعت پتروشیمی را مسئول اصلی توسعه و آبادانی شهر دانسته‌اند. خوشبختانه تا حدودی در نظر مردم مشخص شده است که صنعت به تنهایی مسئول توسعه شهرستان نیست. اما با این وجود آن‌ها هنوز هم از صنعت پتروشیمی توقعات زیادی برای توسعه شهرستان دارند.

۲۶٪ از شهروندان معتقد بوده‌اند که پتروشیمی بیشتر از تأثیرات منفی در منطقه، تأثیر مثبت داشته است. حدود ۳۱٪ هم معتقد بوده‌اند که اثرات مثبت و منفی پتروشیمی بر منطقه تقریباً یکسان بوده است. مهمترین اثرات مثبت صنعت پتروشیمی بر شهرستان بندر ماهشهر از نگاه حدود ۳۰٪ از شهروندان، افزایش نرخ اشتغال در منطقه بوده است.

در هر حال صنعت اثرات مثبت زیادی دارد هرچند که عوارض منفی هم دارد. علی‌رغم اینکه بسیاری از افراد، اثرات مثبت صنعت پتروشیمی بر شهرستان بندر ماهشهر را کتمان می‌کنند، اما به‌طور قطعی، صنعت پتروشیمی در تمام زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیر مثبت داشته است. (غلامی‌پور ۱۳۹۳: ۵۴)

کم توجهی به روند متناسب‌سازی فعالیت‌های صنعتی با روندهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مناطق، باعث ایجاد رشد نامتوازن، مشکلات پیچیده، کندی پیشرفت مراحل توسعه و از همه مهم‌تر از دست رفتن زمان به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه غیرقابل برگشت برای جبران نابسامانی‌ها خواهد بود. (جدیدی میاندشتی، ۱۳۸۱: ۴)

در ایران، وجود منابع طبیعی نفت و گاز در بسیاری از مناطق، زمینه را برای گسترش ساختارهای صنعتی و ایجاد مراکز صنعتی در آن مناطق فراهم کرده است. مناطقی که این منابع در آن‌ها کشف شده است، فاقد بسیاری از زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت بودند. در واقع، با ورود صنعت این مناطق رشد یافتند و جمعیتی را از مناطق مختلف به خود جذب کردند. ورود صنعت و ساختارهای مدرن به اینگونه جوامع که ساختارهای سنتی دارند، پیامدهای گوناگونی داشته است. این پیامدها در بخش‌های مختلف اجتماعات میزبان، آثار محسوسی داشته است.

توسعه و رشد پرشتاب صنایع پتروشیمی در مشکلات مشکلات و چالش‌های زیادی را برای جوامع بومی و محلی بویژه جامعه میزبان (پیرامونی) آن ایجاد کرده است، توسعه ناپایدار باعث گردیده که پس از گذشت بیش از چندین دهه از ورود صنعت همراه با تکنولوژی‌های جدید، چالش‌های بسیاری را در منطقه ماهشهر برجای بگذارد. (عنبری و ملاکی، ۱۳۹۰: ۸۸)

به‌دلیل عدم حضور مناسب نهادهای مسئول دولتی و عدم عملکرد مناسب آن‌ها در توسعه زیرساخت‌های ماهشهر، تمام انتظارات و توقعات برای توسعه این شهرستان متوجه صنعت پتروشیمی شده است. (غلامی پور ۱۳۹۳: ۱۲۵)

نتایج پژوهش‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نشان می‌دهد ورود صنعت به یک منطقه که ماهشهر نیز از آن مشتتشی نیست دو دسته از آثار مثبت و منفی بر محیط و زندگی مردم خواهد گذاشت و معمولاً افراد بیشتر بر آثار منفی آن تاکید می‌کنند.

اکثر افراد معتقدند که جنبه‌های مثبت توسعه صنعتی در منطقه، نصیب افرادی غیر از مردم بومی اینجا شده است. آن‌ها مدعی هستند که این طرح ملی است و باید همه از آن بهره ببرند، ولی سهم مردم منطقه هم باید به نحو شایسته‌ای، همان‌طور که آنها انتظار دارند برآورده شود. آنها معتقدند بیشترین هزینه ایجاد صنعت را در منطقه بومی‌ها می‌پردازند، اما چیزی که عاید این منطقه شده است، اصلاً درخور توجه نیست. (عنبری و ملاکی، ۱۳۹۰: ۱۰۰)

در نظرسنجی انجام شده، حدود ۳۳٪ از شهروندان معتقد بوده‌اند که صنعت پتروشیمی بر شهرستان بندر ماهشهر بیشتر از اینکه تأثیر مثبت داشته باشد، تأثیر منفی داشته است. از نظر حدود ۵۱٪ از این افراد، مهمترین تأثیر منفی پتروشیمی بر منطقه، آلودگی آب و هوا، پس از آن نیز ایجاد تورم و گران شدن قیمت‌ها به‌واسطه حضور کارکنان صنعت و خانواده‌هایشان در ماهشهر بوده است.

به منظور درک شرایط و اقتضائات جامعه محلی و مدیران شهری برخی اعتقادات، انتظارات و نگرش آنان نسبت به صنعت و شرکت‌های پتروشیمی بدون جهت‌گیری پژوهشی به‌طور مثال ذکر می‌شود.

- حدود ۳۸٪ از شهروندان معتقد هستند که بعد از حضور صنعت پتروشیمی وضعیت معیشت مردم بهتر شده است، حدود ۲۳٪ نیز معتقدند که وضع زندگی بدتر شده است و حدود ۲۸٪ نیز معتقدند که بعد از ورود صنعت پتروشیمی در ماهشهر وضع زندگی مردم تغییری به سمت بهتر شدن نکرده است.
- حدود ۷۴٪ از شهروندان در برابر این سؤال که آیا حاضرید فعالیت پتروشیمی ها در ماهشهر کلاً تعطیل شود پاسخ منفی داده‌اند.
- به نظر حدود ۳۶٪ از شهروندان، با تعطیل شدن پتروشیمی بیکاری در منطقه بسیار زیاد می‌شود.
- به نظر حدود ۱۷٪ از شهروندان، پتروشیمی باعث رونق و آبادانی شهرستان می‌شود و اگر تعطیل شود، رونق و آبادانی شهر از بین می‌رود.
- حدود ۱۲٪ نیز معتقد بوده‌اند که رونق بازار و کسب‌وکار به دلیل حضور صنعت پتروشیمی است.
- به اعتقاد برخی، عسلویه و ماهشهر دو قطب صنعت نفت کشور هستند و سرمایه‌گذاری‌های کلانی در آن‌ها شده است. اما در کنار این همه سرمایه‌گذاری صنعتی به جامعه محلی و شهر (اشتغال، فرهنگ، توسعه اجتماعی) توجه نشده است. شهر به لحاظ فرهنگی و بافت شهرسازی رشد آن چنانی نکرده است و این توسعه یک بعدی مشکلات زیادی را رقم زده است. (غلامی پور ۱۳۹۳: ۴۳)
- به اعتقاد برخی از افراد؛ اگر پتروشیمی نبود، شهر تمیز و پاکیزه بود. هوای اینجا تحت تأثیر پتروشیمی‌ها آلوده شده است. قبل از اینکه پتروشیمی وارد منطقه شود کشاورزی منطقه خوب بود، بهترین خرما را باغات اطراف رودخانه جراحی داشتند. منطقه ماهشهر گندم و جو خوبی داشته است. با آمدن پتروشیمی همه به سمت استخدام شدن در پتروشیمی رفتند و کشاورزی ضعیف شد. الان هم خیلی‌ها بیکار شدند. (غلامی پور ۱۳۹۳: ۵۱)
- پتروشیمی باید به دنبال جلب رضایت و اعتماد مردم باشد. اینکه پتروشیمی یک پروژه را بدون هیچ اولویتی اجرا کند، بعد هم رهاپیش کند سیاست درستی نیست. با این عمل اعتماد و رضایت مردم جلب نمی‌شود. مسأله اصلی دیدگاه مسئولان پتروشیمی است که هیچ توجهی به مسائل اجتماعی و شهری ندارند و فقط به فکر سود و زیان اقتصادی هستند. اگر این‌ها بدانند که در بلندمدت اگر به فکر مردم باشند به نفع خودشان است، این دیدگاه را عوض می‌کردند. (غلامی پور ۱۳۹۳: ۲۰۹)
- اگر مدیران پتروشیمی دغدغه رشد و پیشرفت منطقه را داشتند، ماهشهر الان یکی از زیباترین شهرهای خاورمیانه بود. مدیران پتروشیمی هیچ برنامه و طرحی ندارند. سال‌ها بدون هیچ برنامه‌ای فقط پول نقد دادند به نهادهای شهری و هیچ پیگیری هم نکردند. پول را می‌دادند تا از سرشان باز کنند و می‌گفتند به ما چه؟ چون به فکر شهر نبودند. مدیران پتروشیمی باید بر اساس یک برنامه و طرح کمک می‌کردند. باید مسئولان شهر و شهرستان را مکلف می‌کردند که با این پول، تأسیساتی که مورد نیاز شهر و مردم است را اجرا کنند و در غیر اینصورت به آن‌ها پول نمی‌دادند. (غلامی پور ۱۳۹۳: ۲۱۶)
- دیدگاه ملی در قانون بر دیدگاه محلی غلبه دارد. قانون اجازه نمی‌دهد درخواست‌هایی که مسئولان شهری از صنعت می‌خواهند را انجام دهیم. اما مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ایجاب می‌کند ما داوطلبانه یک سری کارها را برای منطقه انجام دهیم. (غلامی پور ۱۳۹۳: ۲۲۰)

۱۲-۲-۱- سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت

سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت عبارتست از مجموعه چارچوب‌ها، اصول، قواعد، موضوعات و زمینه‌های عمل صنعت نفت که با عنایت به آثار محیط اجتماعی بر کارآیی فعالیت‌های صنعت نفت و با هدف ارائه تصویر مناسب از صنعت نفت در افکار عمومی، ایجاد فضای لازم برای افزایش اعتماد اجتماعی، بهبود روابط با جوامع محلی و تسهیل شرایط کاری صنعت نفت در این جوامع، بهینه‌سازی هزینه‌کردها در زمینه اقدام‌های مسئولانه سازمان‌ها و شرکت‌های نفتی و نظارت عالی در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی صنعت نفت، تهیه، تصویب و ابلاغ شده است.

براساس سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت، موضوعات و زمینه‌های عمل صنعت نفت در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی عبارتند از؛

- ۱- تاکید بر رعایت ضوابط حفظ محیط زیست در طراحی و اجرای طرح‌های صنعت نفت در همه مناطق.
- ۲- بررسی و احصای ظرفیت‌های توسعه محلی با بهره‌گیری از نظرات مسئولان محلی و نیز نخبگان در منطقه یک.
- ۳- کمک به هدایت و توانمندسازی ساکنان جوامع محلی خاصه دختران، زنان و اقشار آسیب‌پذیر به منظور شکوفایی ظرفیت‌های توسعه محلی در منطقه یک.
- ۴- نیازسنجی، ارزیابی و اجرای طرح‌های عمرانی (فیزیکی) در مناطق.
- ۵- استفاده از ظرفیت‌های تولیدی و خدماتی موجود در مناطق یک و دو در زمینه تأمین کالاهای عمومی مورد نیاز صنعت نفت و پیمانکاران (نظیر تهیه مواد خوراکی، تولید لباس کار، وسایل نقلیه برای ایاب و ذهاب کارکنان، تعمیر ماشین‌آلات) و ایجاد شرایط تقویت این ظرفیت‌ها.
- ۶- بهره‌گیری از نیروی کار صاحب صلاحیت جوامع محلی در اجرای طرح‌های صنعت نفت توسط پیمانکاران طرف در مناطق یک و دو و نیز رعایت شیوه‌نامه به‌کارگیری نیروی انسانی اولویت‌دار محلی توسط پیمانکاران صنعت نفت در منطقه عمومی پارس جنوبی
- ۷- مساعدت به مردم و جوامع محلی در مواقع بروز حوادث غیرمترقبه در تمام مناطق به‌ویژه مناطق یک و دو.
- ۸- مشارکت در انجام فعالیت‌های ترویجی و پیشگیرانه به منظور کنترل بیماری‌های شایع در میان کودکان و زنان جوامع محلی در منطقه یک، به ترتیب و در سقف اعتبار مصوب هیئت مدیره شرکت اصلی برای هر مورد.
- ۹- حمایت از فعالیت‌های فرهنگی در مناطق یک و دو در سقف اعتبار مصوب هیئت مدیره شرکت اصلی برای هر مورد.
- ۱۰- برقراری ارتباط موثر با مردم، جریانات اجتماعی و بزرگان مناطق یک و دو به منظور ایجاد احساس منفعت مشترک، اقناع و تنویر افکار عمومی.

۱۳-۲-۱- نقش و کارکرد شورای راهبردی در حمایت و پشتیبانی از توسعه یافتگی شهرستان بندر ماهشهر

شورای راهبردی، با هدف هم افزایی امکانات و ظرفیت‌های شرکت‌های پتروشیمی با سایر حوزه های مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر، مسئولیت تصویب و نظارت بر طرح‌ها و برنامه‌های حوزه مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر را عهده‌دار می‌باشند.

همچنین شورای راهبردی در تدوین و اجرای استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با رویکرد جامع در توجه به ملاحظات اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و حفاظت از منافع ذینفعان و بهبود کیفیت زندگی شهروندان در سطح شهرستان بندر ماهشهر نقش و کارکرد مهمی را ایفا می‌کند.

علاوه بر آن از دیگر نقش‌ها و کارکردهای شورای راهبردی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. تعیین اولویت‌ها، تصویب خط‌مشی و سیاست‌گذاری‌های کلان منطقه‌ای و هماهنگی بین شرکت‌های تولیدی و خدماتی در راستای رفع مشکلات و موانع موجود، ارتقاء سطح منافع مشترک، ارائه راهکارها و پیشنهادها موثر جهت تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در رابطه با امور جاری

۲. نظارت و راهبری در انجام بهینه و موثر مسئولیت‌های اجتماعی در قالب تعاملات بین نهادهای خارج صنعت پتروشیمی و داخل صنعت در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، آموزشی و ... به منظور ارتقاء سطح زندگی کارکنان و خانواده ایشان و عموم مردم در سطح شهرستان بندر ماهشهر

۳. ایجاد زمینه مشارکت و هم‌اندیشی در تدوین طرح‌های پیشنهادی برای ایجاد تحول سازنده در سطح منطقه

۴. نظارت بر مجموعه اعتبارات و هزینه‌های عمرانی و غیر عمرانی مورد تصویب در شورا

۵. تصویب، راهبری و تامین منابع و اعتبارات برای طرح‌ها و پروژه‌های غیرعمرانی عام‌المنفعه برای مردم شهرستان بندر ماهشهر

۶. تلاش برای هم‌افزایی پتانسیل موجود در شرکت‌های پتروشیمی و شهرستان بندر ماهشهر برای بهبود روند توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح شهرستان

بخش دوم:

مفاهیم و اصطلاحات

۱-۲- سند راهبردی

با توجه به گستردگی نقش، عملکرد و اهمیتی که صنایع پتروشیمی در توسعه و فعال نمودن مناطق تحت عملیات اعم از شهری و روستایی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی دارند، برنامه‌ریزی راهبردی برای ایجاد و توسعه این فعالیت‌ها از حساسیت خاصی برخوردار است لذا در این راستا سند راهبردی تهیه و تنظیم می‌گردد.

نتیجه برنامه‌ریزی راهبردی، شکل‌گیری تصویری واضح از آینده شرکت و ایجاد سیستمی انضباطی است که در آن تصمیمات و اقدامات اساسی مبتنی بر اهداف کلان و بلندمدت و در راستای همان تصویر واضح از آینده اتخاذ می‌شوند. به عبارتی سند راهبردی، سند مکتوب شده این تصویر واضح از آینده شرکت و اقدامات لازم برای عملیاتی شدن آن است. در این سند ارکان راهبردی شرکت مانند چشم‌انداز، بیانیه مأموریت، ارزش‌های محوری، راهبردهای کلان مشخص می‌شوند.

سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر، نقشه راه اقدامات و فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی صنایع پتروشیمی فعال در شهرستان بندر ماهشهر می‌باشد، که حاصل مطالعات اسنادی و میدانی است. در مطالعات اسنادی، مجموعه مدل‌های نظری و مطالعات تطبیقی و بنچ‌مارکینگ در خصوص مسئولیت اجتماعی صورت گرفت و در مطالعه میدانی، آراء ذی‌نفعان مسئولیت اجتماعی در شهرستان بندر ماهشهر در سطح مدیران عالی، میانی و اجرایی شهری و پتروشیمی در ۵ محور (ارزیابی کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی، ارزیابی فرایندهای داخلی شرکت‌های پتروشیمی، ارزیابی نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری، ارزیابی ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهرستان و ارزیابی ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی) تحلیل گردید و با بهره‌گیری از مدل برنامه‌ریزی استراتژیک فرد. آر. دیوید استراتژی‌های صنایع پتروشیمی ماهشهر در حوزه مسئولیت اجتماعی اتخاذ گردید.

۲-۲- راهبرد

راهبرد معادل فارسی واژه استراتژی از لغت یونانی **strategos** به معنای هنر ژنرال‌ها است. در ارتش، استراتژی کار ژنرال‌هاست، همچنان که در کسب و کار، وظیفه مدیران ارشد است. راهبرد در لغت به معنای «فرماندهی و رهبری» و در معنای اصطلاحی راهبرد، عبارت است از یک طرح عملیاتی به‌منظور هماهنگی و سازماندهی اقدامات برای دستیابی به هدف؛ به عبارتی روش و راه رسیدن به هدفی است که سیاست تجویز کرده است. راهبرد ابزاری است که شرکت می‌تواند به وسیله آن به هدف‌های بلندمدت خود دست یابد. اصولاً راهبرد زاینده دو اصل محیط رقابتی و محدودیت منابع است. بدون رقابت، راهبرد امری بی‌معناست و هر کجا محیط رقابتی باشد، این رویکرد کارساز است.

SWOT مخفف نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها است. بر اساس تعریف، نقاط قوت (S) و ضعف (W) عوامل داخلی در نظر گرفته می‌شوند که می‌توان آنها را کنترل کرد. و فرصت‌ها (O) و تهدیدها (T) به‌عنوان عوامل خارجی مورد بررسی قرار می‌گیرند که سازمان اساساً کنترلی بر روی آنها ندارد.



ابزارهای جدید مختلفی برای تحلیل استراتژیک ارائه شده است؛ با این حال تجزیه و تحلیل SWOT مشهورترین ابزار ممیزی و تجزیه و تحلیل موقعیت استراتژیک کلی و محیط آن است. این تجزیه و تحلیل، شناخت نظام‌یافته عوامل چهارگانه (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) و استراتژی‌ای است که بهترین ترکیب میان آنها را منعکس می‌سازد. این نوع از تجزیه و تحلیل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوت‌ها و فرصت‌ها را حداکثر می‌کند و در عین حال، ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. این عوامل از زنجیره ارزش منحصر به همان حوزه عملکردی بیرون می‌آیند. گروه‌های تحلیل SWOT قطعه‌های کلیدی اطلاعات را به دو بخش اصلی تجزیه کرده‌اند:

عوامل داخلی: نقاط قوت و ضعف داخلی شرکت

عوامل خارجی: فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی

۱-۲-۳-۲- نقاط قوت

اولین عنصر تجزیه و تحلیل SWOT، نقاط قوت است. نقطه قوت، منبع، مهارت، مزیت و شایستگی ممتازی است که سازمان، نسبت به رقبا و نیازهای جوامع محلی در اختیار دارد.

۲-۲-۳-۲- نقاط ضعف

یک محدودیت یا کمبود در منابع، مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که به‌طور محسوس مانع عملکرد اثربخش می‌شود. برنامه‌ریزی مدیریت بر شدت ضعف تأثیر مستقیم دارد و وجود آن مانع از رسیدن به مأموریت و دستیابی به پتانسیل کامل می‌شوند.

۳-۲-۳-۲- فرصت‌ها

فرصت یک موقعیت مطلوب عمده در محیط سازمان است. فرصت‌ها زمانی به‌وجود می‌آیند که یک سازمان بتواند از شرایط محیطی خود برای برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی‌هایی که باعث می‌شود به هدف اصلی نزدیک شود، استفاده کند. سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از فرصت‌ها، مزیت رقابتی کسب کنند. روندهای کلیدی، یکی از منابع فرصت تلقی می‌شوند.

۴-۳-۲- تهدیدها

تهدید یک موقعیت نامطلوب عمده و یک مانع و محدودیت کلیدی در شرایط جاری محیط سازمان است. تهدیدها هنگامی به وجود می‌آیند که شرایط محیط خارجی، قابلیت اطمینان و نیل به اهداف سازمان را به خطر می‌اندازد. تهدیدها هنگامی که با نقاط ضعف ارتباط دارند، آسیب‌پذیری به بار می‌آورند. تهدیدها برای مدیران سازمان، غیرقابل کنترل هستند.

۵-۳-۲- مزایای تجزیه و تحلیل SWOT

تجزیه و تحلیل SWOT در ترکیب و انتخاب استراتژی نقش مهمی دارد. این تجزیه تحلیل یک ابزار قوی است، اما شامل یک عنصر ذهنی بزرگ است. بهتر است از آن به عنوان یک راهنما استفاده شود و نه به عنوان یک نسخه. سازمان‌های موفق بر روی نقاط قوت خود تأکید دارند، ضعف خود را رفع می‌کنند و در برابر ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی خود را محافظت می‌کنند. همچنین آن‌ها بر روی محیط پیرامون خود به طور منظم توجه دارند و فرصت‌های جدید را سریع‌تر از رقبای خود می‌شناسند و از آنها بهره می‌برند.

تجزیه و تحلیل SWOT طبق شیوه زیر به برنامه‌ریزی استراتژیک کمک می‌کند:

- یک منبع اطلاعات برای برنامه‌ریزی استراتژیک است.
- نقاط قوت سازمان را ترسیم می‌کند.
- نقاط ضعف آن را معکوس می‌کند.
- واکنش خود را به فرصت‌ها بیشتر می‌کند.
- بر تهدیدهای سازمان غلبه می‌کند.
- به شناسایی مهارت‌های اصلی سازمان کمک می‌کند.
- به تعیین اهداف برنامه‌ریزی استراتژیک کمک می‌کند.
- به شناخت گذشته، حال و آینده کمک می‌کند، به طوری که با استفاده از داده‌های گذشته و فعلی، می‌تواند برنامه‌های آینده را تنظیم کند.
- اطلاعاتی را فراهم می‌آورد که به هماهنگ‌سازی منابع و قابلیت‌های سازمان با محیط رقابتی که در آن فعالیت می‌کند، کمک می‌کند.

۴-۲- سیاست

سیاست یا خط مشی (policy) ابزاری است که بدان وسیله می‌توان به هدف‌های سالانه دست یافت. مقصود از سیاست، رهنمودها، مقررات و رویه‌هایی است که شرکت برای دستیابی به هدف‌های اعلان شده رعایت می‌کند. سیاست در لغت به معنی تدبیر و حيله و در مدیریت استراتژیک یک سری اصول و قواعد به صورت رهنمودی گسترده و کلی است که نشان‌دهنده راه برای مدیران در اتخاذ تصمیم می‌باش. به عبارتی سیاست آن چیزی که باید انجام و یا انجام نشود؛ لذا سیاست مقررات، دستورالعمل‌ها و اهداف شرکت را تعیین و تجویز می‌کند.

سیاست، دو مرحله تدوین استراتژی را به یکدیگر پیوند می‌دهد شرکت‌ها از سیاست‌ها استفاده می‌کنند تا مطمئن شوند که تمام کارکنان شرکت در هر تصمیم‌گیری مشارکت می‌کنند و اقداماتی انجام می‌دهند که به شرکت در دستیابی به مأموریت، اهداف و استراتژی‌هایش کمک می‌کند. سیاست‌ها درباره تحقق بخشیدن اهداف موسسه در هر سطح، انتخاب ابزاری که مورد استفاده قرار خواهد گرفت و طرز حرکتی که به میان گذاشته خواهد شد مربوط می‌شوند. سیاست‌ها در هر سطح سازمانی قرار می‌گیرند و از سیاست‌های اصلی شرکت تا کوچکترین واحدها را شامل می‌شوند. سیاست در مقابل مشکلاتی که دیده می‌شوند و وضعیت‌هایی که تکرار می‌گردد «چه باید کرد» را تثبیت نموده و در وضعیت‌های مشابه تصمیم‌گیری همانند را فراهم می‌سازد. سیاست‌ها به این خاطر که می‌تواند رفتار مدیران را به صورت قابل پیش‌بینی درآورند، انتقال اختیار را به سطوح پایین آسان کرده و بدین ترتیب اثر بخشی مدیران سطوح بالا را افزایش می‌دهند.

۵-۲- ذینفعان

رابرت ویلسون در مطالعه‌ی خود در سال ۲۰۰۴، طیف گروه‌های ذینفع را شامل: مالکان، سهامداران، مدیران، کارکنان، مشتریان، مصرف‌کنندگان، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، ساکنان جوامع بومی، دستگاه‌های ناظر بر حسن اجرای قوانین، سازمان‌های پاسدار محیط زیست، مردم محل، فعالیت بنگاه، دولت، رقبا، بانک‌ها، و مؤسسات مالی و رسانه‌ها و جامعه‌ی علمی می‌داند. (قربانی، زرنیدی و حصارى، ۱۳۸۴)

همچنین، وانگ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ی خود، گروه‌های ذینفع را به ذینفعان مستقیم (شامل کارکنان، مدیریت، مشتریان، تأمین‌کنندگان و سهامداران)، ذینفعان غیرمستقیم (شامل: دولت‌ها، جوامع محلی، اتحادیه‌های کارگری، عموم مردم و سازمان‌های اجتماعی) و ذینفعان کلیدی (شامل: مصرف‌کنندگان نهایی، مشتریان و سهامداران) دسته‌بندی می‌کند. در تقسیم‌بندی دیگر، ذینفعان به دو گروه تقسیم می‌شوند؛ ذینفعان درونی (کارکنان، سرمایه‌گذاران) و بیرونی (تأمین‌کنندگان، جوامع محلی پیرامون، محیط زیست)

نمودار شماره ۱: مجموعه ذینفعان یک سازمان



۸-۲- توانمندسازی

بهره‌گیری از روش‌های متنوع حمایتی، تسهیل‌گری، آگاهی‌بخشی و آموزشی (به‌ویژه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و تقویت بنیه علمی دانش‌آموزان کم‌بضاعت و با توجه ویژه به زنان و دختران)، به‌منظور خوداتکایی و توسعه سرمایه انسانی در جوامع محلی.



اولین نمایشگاه توانمندسازی و حمایت از شرکت‌های منطقه (ماهشهر و بندر امام خمینی^{۲۰}) در تامین نیازهای عمومی و تخصصی شرکت‌های پتروشیمی ماهشهر

۹-۲- جامعه محلی

منظور از جامعه یا جوامع محلی، گروهی از مردم با هویت مشخص است که در مناطق مختلف فعالیت صنعت نفت ساکن بوده و بر فعالیت‌های صنعت نفت تاثیر مستقیم و غیرمستقیم داشته و یا از آن تاثیر می‌پذیرند. (وزارت نفت، سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت: ۱۳۹۸)

به عبارتی جامعه یا جوامع بومی و محلی مردمانی هستند که طی قرن‌ها وابستگی عمیقی به زمین، آب و منابع طبیعی سرزمینی پیدا کرده‌اند و زندگی و معیشت‌شان به آن‌ها وابسته است. به دلیل این وابستگی مردمان بومی و محلی دانش بومی مورد نیاز برای بهره‌برداری پایدار از منابع خود در قلمروهای خاص خود را نیز طی قرن‌ها کسب کرده‌اند. جوامع بومی و محلی یعنی مردمانی که قبل ورود تاسیسات نفت و گاز در منطقه دارای ساختار اجتماع محلی بوده‌اند و همچنین در منطقه ساکن بوده‌اند و به فعالیت‌های صیادی، تجارت محلی، کشاورزی، لنج‌داری مشغول بوده‌اند. (دیداری، ۱۳۹۶: ۳۹)

۱۰-۲- شورای راهبردی

منظور از شورای راهبردی در این پژوهش، مجموعه مدیران عامل پتروشیمی، مدیر عامل سازمان منطقه ویژه به‌عنوان رئیس شورای راهبردی و فرماندار هستند که با هدف هم‌افزایی امکانات و ظرفیت‌های شرکت‌های پتروشیمی با سایر حوزه‌های مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر، مسئولیت تصویب و نظارت بر طرح‌ها و برنامه‌های زیرساختی حوزه مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر را عهده‌دار می‌باشند. این شورا عهده‌دار وظایف زیر است؛

- ❖ تهیه و تدوین برنامه استراتژیک در حوزه مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر
- ❖ تعیین اولویت‌ها، تأمین منابع، تعیین و تصویب خط‌مشی و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر
- ❖ فراهم کردن زمینه تبادل نظر و اطلاعات بین صاحب‌نظران در حوزه مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر
- ❖ ارزیابی نقادانه راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر
- ❖ ارزیابی زمینه‌های موجود برای همگرایی و هم‌افزایی منابع بخش‌های مختلف شهری در حوزه مسئولیت اجتماعی
- ❖ کمک به مسئله‌یابی و ارائه راه‌حل مسائل بخشی در حوزه مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر
- ❖ تلاش برای هم‌افزایی پتانسیل موجود در پتروشیمی‌ها و شهر برای بهبود روند توسعه اقتصادی و اجتماعی ماهشهر
- ❖ حرکت پررنگ‌تر در مسیر اجرای مسئولیت اجتماعی

۱۱-۲- کمیته مسئولیت‌های اجتماعی خدمات محور منطقه ماهشهر

کمیته‌ای متشکل از مدیران عامل شرکت‌های تابعه مستقر در منطقه ماهشهر، مدیر برند، مسئولیت اجتماعی و روابط عمومی گروه و مشاور مسئولیت‌های اجتماعی گروه می‌باشد که وظیفه نظارت بر مجموعه اعتبارات و هزینه‌های عمرانی و غیرعمرانی مورد مصوب در شورای راهبری، کارگروه توسعه متوازن شهرستان و کمیته مسئولیت‌های اجتماعی خدمات‌محور منطقه ماهشهر، تصویب و راهبری و تأمین منابع و اعتبارات برای طرح‌ها و پروژه‌های غیرعمرانی عام‌المنفعه برای شهرستان بندر ماهشهر، تصویب مجموعه طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی برای کارکنان و خانواده‌های آنان در سطح شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس، نظارت بر اجرای مجموعه اسناد مصوب ابلاغیه‌ها و نظام‌نامه‌های فرادستی حوزه مسئولیت اجتماعی و بررسی، تصویب و نظارت بر اجرای مجموعه مطالعات، شیوه‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های عملیاتی ارائه شده توسط مشاور مسئولیت‌های اجتماعی شرکت را بر عهده دارند.



سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی، سازمانی است که جهت مدیریت و تحقق توسعه فعالیت‌های صنعتی و اقتصادی در منطقه ماهشهر و دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به منظور سرمایه‌گذاری در این منطقه مهم اقتصادی از جمله صنایع پتروشیمی، به صورت زیر مجموعه‌ای از شرکت ملی صنایع پتروشیمی، فعالیت می‌نماید. وظایف این سازمان عبارتند از:

۱. پشتیبانی از فعالیت‌های اقتصادی و برقراری ارتباط تجاری بین المللی
۲. تشویق سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای ورود به عرصه تولید
۳. توسعه صادرات و محصولات تولیدی و ایجاد تحرک در صنعت، تجارت و اقتصاد منطقه‌ای
۴. رشد و توسعه اقتصادی استان و بهره‌گیری از توانایی‌های بالقوه استان
۵. ایجاد بستر مناسب برای حضور در بازارهای جهانی و تولید و پردازش کالا و افزایش صادرات غیر نفتی، صادرات مجدد، عبور خارجی (ترانزیت) و انتقال کالا (ترانشیب)
۶. جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی
۷. جذب دانش و انتقال فناوری از طریق همکاری علمی و صنعتی با شرکت‌های بین المللی
۸. حمایت از صنایع و صنعتگران داخلی و ایجاد تسهیلات برای آنها
۹. اقدام عملی در جهت ایجاد اشتغال مولد و کاهش نرخ بیکاری در استان

۱۴-۲- استراتژی مشارکت و هم‌افزایی

منظور از استراتژی‌های مشارکت و هم‌افزایی، مجموعه اقدامات و فعالیت‌هایی را شامل می‌شود که به‌منظور توسعه مشارکت موسسات، شرکت‌ها و نهادهای شهری با شرکت‌های صنایع پتروشیمی از قبیل اجرای برنامه‌های مشترک، عقد تفاهم‌نامه بین موسسات و شرکت از قبیل؛ تفاهم‌نامه فیما بین شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی با اداره آموزش و پرورش و اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی بندر ماهشهر و بندر امام خمینی^(۵) و ... انجام می‌شود.

۱۵-۲- تسهیل‌گری

تسهیل‌گری یا تسهیل‌سازی عبارت است از فرایند کمک به گروه‌ها یا افراد برای یادگیری، یافتن راه‌حل، رسیدن به نتیجه با توافق طرفین، تسریع در رسیدن به اهداف و برنامه و ... به عبارتی دیگر، تسهیل‌گری مجموعه روش‌ها و مهارت‌هایی است که به آسان‌تر کردن امور کمک می‌کند. تسهیل‌گری معمولاً در زمینه‌های مختلفی از جمله آموزش، یادگیری تجربی، حل اختلافات و مذاکرات و ... استفاده می‌شود که از جمله اقدامات صورت گرفته در این زمینه تامین منابع مالی مورد نیاز ادارات و موسسات مردم نهاد و ... می‌باشد.

۲-۱۶- طرح‌های عمرانی

شامل مجموعه طرح‌های زیربنایی و سرمایه‌ای از قبیل؛ ایجاد شبکه‌های جاده‌ای، خانه‌های بهداشت روستایی، شبکه فاضلاب، تجهیز مراکز فنی و حرفه‌ای و ... که با نظر شورای راهبردی برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود.



۲-۱۷- طرح‌های غیرعمرانی

شامل مجموعه طرح‌ها و اقدامات خدمات‌محور به‌منظور کمک به رفع نیازهای اعلای دستگاه‌های اجرایی، پروژه‌های غیرعمرانی عام‌المنفعه و کمک‌های خیریه (مناسبتی و موردی) است که با هماهنگی و راهبری کمیته اجرایی برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود.

۲-۱۸- مدیران شهری

منظور از مدیران شهری در این پژوهش، مجموعه مدیران شاغل در مناصب شهری شهرستان بندرماهشهر شامل؛ امام جمعه شهرستان، مدیران فرمانداری و روسای ادارات شهری مرتبط هستند که در موضوع مسئولیت اجتماعی با شرکت‌های پتروشیمی در تعامل بوده و وظیفه هماهنگی دستگاه‌های سیاست‌گذار و اجرایی شهرستان با شرکت‌های پتروشیمی در موضوع مسئولیت اجتماعی را عهده‌دار می‌باشند.

۲-۱۹- مدیران پتروشیمی

منظور از مدیران پتروشیمی در این پژوهش، مجموعه مدیران عامل پتروشیمی، مدیران ستادی گروه، مدیران منابع انسانی و روسای روابط عمومی شرکت‌های پتروشیمی تابعه هستند که به‌عنوان نمایندگان شرکت‌های پتروشیمی در موضوع مسئولیت اجتماعی، وظیفه برنامه‌ریزی، هماهنگی و اجرای فعالیت‌های مرتبط با این حوزه را عهده‌دار می‌باشند.

بخش سوم:

چارچوب نظری مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکتی دربرگیرنده مجموعه ای از مفاهیم و دیدگاه های علمی است که ضمن توجیه ابعاد و کارکردهای مهم مسئولیت اجتماعی، فضایی برای گفتگو و ارائه بهتر برنامه ها و اقدامات در این راستا را فراهم می آورد. بدین منظور در این بخش تلاش شده است چارچوب نظری مسئولیت اجتماعی و مفاهیم مستتر در آن به همراه تجارب داخلی و خارجی مورد بررسی قرار گیرد و پشتوانه علمی سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر تهیه و تنظیم شود.

۳-۲- مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت و تعهد اجتماعی در واقع یک عامل مهم در ایجاد حس مسئولیت پذیری در جوامع مختلف است و مطالبه از سازمان ها برای «مسئولانه عمل کردن» در قبال جامعه، موضوعی است که با گسترش روزافزون اثرگذاری آن ها بر محورهای



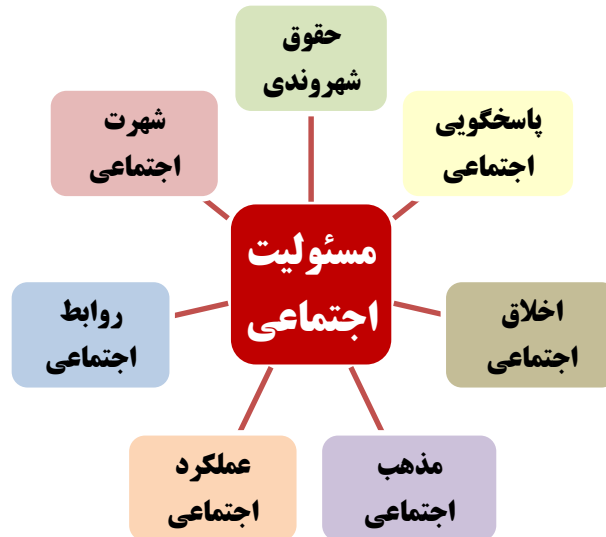
تشکیل دهنده توسعه پایدار یعنی «اقتصاد»، «جامعه» و «محیط زیست»، در دهه های پایانی قرن بیستم شدت گرفته و منجر به این شده است که مفهومی به نام مسئولیت اجتماعی سازمانها یا CSR در دنیای مدیریت ظهور پیدا کند که در آموزه های دینی مسلمانان نیز به چشم می خورد آنگاه که پیامبر اکرم (ص) می فرمایند؛ «كُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كَلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ» مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسلط حوزه اداره شرکتها تبدیل شده است و شرکت

های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزیی از استراتژی شرکتی خود می بینند. این مفهوم، موضوعی است که هم اکنون در کشورهای توسعه یافته و کشورهایی با اقتصاد باز به شدت از سوی حکومتها، شرکت ها، جامعه مدنی، سازمان های بین المللی و مراکز علمی دنیا دنبال می گردد.

CSR مخفف (corporate social responsibility) و به معنای مسئولیت اجتماعی شرکتها یا مسئولیت اجتماعی سازمانها است که طی سالها با واژگانی دیگر نیز بکاربرده می شد که می توان به واژگان زیر اشاره کرد؛

۱. حقوق شهروندی شرکتها (Corporate citizenship)
۲. مسئولیت اجتماعی شرکت (Corporate social responsibility-CSR)
۳. پاسخگو بودن اجتماعی شرکت (Corporate social responsiveness-CSR)
۴. مسئولیت اجتماعی شرکت (Carroll's pyramid of CSR)
۵. شرافت / اخلاق اجتماعی شرکت (Corporate social rectitude/ethics- CSR)
۶. مذهب اجتماعی شرکت (Corporate social religion-CSR)
۷. عملکرد اجتماعی شرکت (Corporate social performance-CSP)
۸. روابط اجتماعی شرکت (Corporate social relationships)
۹. شهرت اجتماعی شرکت (Corporate social reputation)

نمودار شماره ۲: کاربردهای مسئولیت اجتماعی در واژگان مختلف



تعاریف، دیدگاه ها و مفاهیم ارائه شده از ابتدا تاکنون را می توان به دو دسته تقسیم کرد. دسته نخست، تعاریفی هستند که سازمان ها و انتظارات جامعه را به هم مرتبط می سازند. به عبارتی مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان ابزاری برای تحقق اهداف اجتماعی شرکت ها تعریف می کنند. دسته دوم شامل دیدگاه ها، تعاریف به طور کامل مادی و اقتصادی افرادی چون فریدمن (۱۹۶۲) است که تنها هدف غایی سازمان ها را کسب سود می داند و نگرانی در مورد مسئولیت پذیری اجتماعی را شایسته اداره کنندگان کسب و کار نمی داند. (قدرتی، ۱۳۹۲)

مسئولیت اجتماعی شرکت ها از جستارهای «اخلاق کسب و کار» است که به نقش شرکت ها در حوزه اجتماع می پردازد. مسئولیت اجتماعی شرکتی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد. (روزنامه گسترش صنعت، ۱۳۹۲)

شرکت ها تنها نیازهای مالکین خود را تامین نمی کنند، بلکه نیازهای مجموعه ای از بازیگران اجتماعی را برآورده می کنند که به شرکت و حوزه فعالیت آن علاقمند هستند. (ذی نفعان)

مسئولیت اجتماعی شرکت ها در پیوند با مسئولیت شرکت در برابر جامعه، انسان ها، و محیطی است که شرکت در آن فعالیت می کند و این مسئولیت از جستارهای اقتصادی و مالی فراتر می رود. مسئولیت اجتماعی شرکت در تعریفی روشن تر این گونه تعریف شده است: «مسئولیت اجتماعی شرکت فعالیت هایی است که پیش برنده سود و منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون بایسته می دارد» (تارنمای بانکی، ۱۳۹۳)

به عبارتی دیگر، مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) عبارت است از: «فعالیت های اجتماعی برندها و انجام کارهای نوع دوستانه» با این بیان شرکت ها نسبت به جامعه و فضایی که در آن فعالیت می کنند باید احساس مسئولیت کرده و در این راستا تلاش هایی را انجام دهند.

مسئولیت اجتماعی (CSR) در یک تعریف ساده، یعنی اینکه سازمان ها در مقابل جامعه ای که در آن فعالیت می کنند مسئول هستند؛ چرا که از منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی آن استفاده می کنند. بر خلاف نگاه سنتی به مدیریت و کسب و کار، سازمان ها دیگر فقط در مقابل سهامداران شان مسئول نیستند و نباید فقط به افزایش سود کوتاه مدت سهامداران خود

بیاندیشند. بدین ترتیب انتظار می رود سازمان‌ها که در ارتباط با ذینفعان دیگری نیز هستند، خواسته‌های مشروع آن‌ها را هم مورد لحاظ قرار دهند. («صد در صد مسئولیت همه چیز!»). وبسایت رویش درون. ۷ دی ۱۳۹۶)

در تعریفی دیگر، مسئولیت اجتماعی شرکت عبارت است از اداره یک کسب و کار به طوری که آن کسب و کار بتواند انتظارات اخلاقی، قانونی، مالی و عمومی جامعه را برآورده سازد. هدف اصلی شرکت بقاء به وسیله بدست آوردن مزیت رقابتی در بازار اقتصادی است و با توجه به اینکه متمایز کردن فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی شرکت می تواند دشوار باشد، مکانیزم‌های مسئولیت اجتماعی قادر خواهد بود بقاء، و کارایی شرکت را تضمین کرده و پایدار نگاه دارد. بر این اساس فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی می توانند با عملکرد سازمان در جنبه‌های مختلف مرتبط شود.

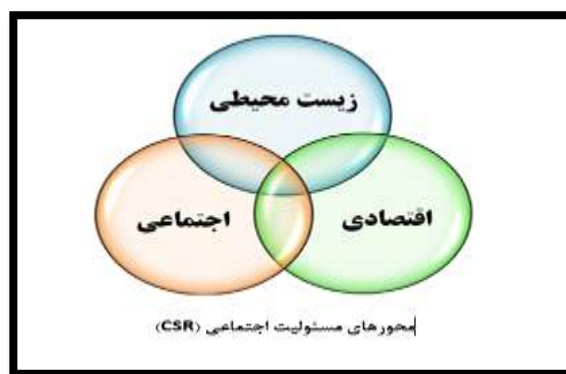
مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یعنی مسئولیت شرکت در پاسخگویی به پیامدهای فعالیت‌هایی که جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. منظور از جامعه، همه ذینفعان شرکت است. مهمترین ذینفعان شرکت که در موقعیت شرکت به صورت مستقیم و غیرمستقیم مؤثر هستند عبارتند از مصرف کنندگان، کارکنان، مالکان یا سهامداران و جامعه. این موضوع باید به یک فرهنگ سازمانی تبدیل شود تا با رفتن یک فرد از بین نرود و همه اعضای سازمان بدانند که با رفتن آن مدیر هم باید به همین روش عمل کنند. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی شرکتی یک باور سازمانی است که به دنبال خلق ارزش مشترک بین ذی نفعان شرکت است و یک پروژه نیست که آغاز و پایانی داشته باشد. نباید برنامه‌های مسئولیت پذیری اجتماعی فعالیتی جداگانه از فعالیت‌های روزانه کسب و کار شرکت باشد.

بر اساس تعریف ارائه شده توسط کمیسیون اروپا، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مفهومی است که شرکت‌ها تصمیم می‌گیرند به صورت داوطلبانه برای ایجاد جامعه‌ای بهتر و محیط زیستی پاک تر، مشارکت داشته و به مسائل مختلفی مانند حمایت از محیط زیست، مدیریت سرمایه انسانی، سلامتی و امنیت در محیط کار، ارتباط با انجمن‌های محلی، ارتباط با تامین کنندگان و مصرف کنندگان بپردازد.

اگرچه تعاریف «مسئولیت اجتماعی شرکت» متنوع است؛ اما این موضوع که مسئولیت شرکت در کنار سودآوری، شامل تعهدات اجتماعی و زیست محیطی به ذینفعان مختلف می شود، به شکل گسترده‌ای پذیرفته شده است. اصول کلی تئوری مسئولیت اجتماعی به گونه‌ای است که شرکت را ملزم می‌کند از سیاست‌هایی با هدف ایجاد تعادل میان سودآوری شرکت و نفع جامعه استفاده کند.

امروزه اصطلاح «مسئولیت اجتماعی شرکت» (CSR)، به عنوان یک فعالیت تجاری پایدار شناخته می‌شود و برای توصیف فعالیت شرکت‌هایی که تاثیر مثبتی بر جامعه، محیط زیست و اقتصاد دارند، بکار می‌رود.

نمودار شماره ۳: محورهای سه گانه مسئولیت اجتماعی



۳-۳- ضرورت توجه شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکت، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام دهد. مسئولیت اجتماعی شرکت رویکردی جامع به ملاحظات اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و حفاظت از منافع ذینفعان، بهبود کیفیت زندگی شهروندان، و تغییر نگرش‌های شخصی است. در طول چند دهه گذشته تغییرات چشمگیری در محیط فعالیت‌های سازمانی صورت گرفته است. جوامع به میزان قابل ملاحظه‌ای به مقولاتی همچون کنترل آلودگی (هوا و صوت)، ایمنی و سلامت محیط کار، فرصت‌های برابر استخدامی برای اقلیت‌ها و زنان و کیفیت ایمنی تولیدات، توجه می‌کنند. دیگر خواست و نیازهای جامعه از تجارت، صرفاً برحسب خواسته‌های بازار و اقتصادی تعیین نمی‌شود؛ بلکه اکنون سازمان با دامنه وسیعی از مسئولیت‌های ورای بازار، رو به رو است. بعضی از آن مسئولیت‌ها تا حد زیادی مربوط به جامعه هستند. بدین ترتیب شرکت‌ها موفقیت و تداوم حیات خود را در گرو مسئولیت در برابر محیط اجتماعی می‌بینند در این صورت با رویکردی آینده نگر مسئولیت اجتماعی نه تنها سیاستی هزینه بر تلقی نخواهد شد بلکه نوعی سرمایه گذاری انسانی و اجتماعی تلقی می‌شود. هیچ کس در جهان نمی‌تواند ایده مسئولیت‌پذیری را بپذیرد، مگر اینکه در قدم اول سعی در عمل به آن در حریم شخصی‌اش (خانه، محل کار، مسائل شخصی) باشد.

حال این سوال پیش خواهد آمد که آیا مسئولیت اجتماعی، بر سودآوری تاثیر منفی دارد؟

در نخستین سال‌های دهه ۲۰۰۰ میلادی در ایالات متحده، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اغلب به‌عنوان ابتکار متخصصان بخش روابط عمومی نادیده گرفته می‌شد. منتقدان می‌گفتند که این تلاشی برای بازسازی شهرت مخدوش بعضی‌ها و متفاوت جلوه دادن یک شرکت نسبت به رقبایش بود. اما امروزه بسیاری از کسب و کارها از مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان یک اقدام کاری هوشمند استقبال می‌کنند.

در سالیان اخیر، بیشتر سرمایه‌گذاران و مشتریان، اشتیاق زیادی به ارتباط (خرید یا سرمایه‌گذاری) با شرکت‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی از خود نشان داده‌اند. به این ترتیب می‌توان دریافت، پذیرش مسئولیت اجتماعی تناقضی با دستورالعمل اصلی شرکت‌های تجاری (به حداکثر رساندن ارزش سرمایه‌گذاران) نخواهد داشت مشروط بر آن که تعادلی معقول و معنادار میان اصول اخلاقی و مسئولیت درباره آیندگان در کنار سودآوری ایجاد کند.

البته نباید فراموش کرد که این اقدام زمانی مؤثرتر است که یک شرکت آن را داوطلبانه انجام دهد، نه اینکه از طرف دولت به انجام کاری مکلف شود. ضمناً باید یاد آوری کرد که، چنانچه شرکت بتواند کارمندان را با دلایل اجتماعی خود درگیر کند، مسئولیت اجتماعی می‌تواند منجر به افزایش روحیه کاری کارمندان شرکت شود. سوزان مک فیرسن از شرکت مشاوره‌ای **Fenton Communications** می‌گوید که در درازمدت این شرکت‌ها خلاق‌تر هم می‌شوند.

در سال ۲۰۱۱، کمیسیون اروپا، **CSR** را به‌عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در تأثیرات مثبت آنها بر جامعه تعریف کرد. تلاش برای کاهش انتشار دی‌اکسیدکربن، ارتقاء فرصت‌های شغلی برابر و مشارکت با جوامع محلی نمونه‌هایی از ابتکارات مسئولیت اجتماعی است.

«جان نوتردام»، مسئول شبکه مسئولیت اجتماعی **CSR Europe** می‌گوید: «توسعه پایدار و عمل به مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، منتج به نوآوری و ایجاد موقعیت‌های جدید در عرصه‌های مختلف یک کشور، افزایش اعتبار و محبوبیت شرکت‌ها و همچنین جذب و حفظ کارمندان، مشتریان و ذینفعان خواهد شد.»



مجموعه وظایف و تعهدات سازمان‌ها و شرکت‌ها در راستای مسئولیت اجتماعی

اجرای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به بهبود موفقیت شرکت‌ها در بلند مدت منجر می‌شود و در نهایت به رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت و بهبود عملکرد مالی آن منجر می‌گردد (عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۲، صص ۷۵-۵۹). البته در کنار همه تأکیدیاتی که بر روی مسئولیت اجتماعی می‌شود، برخی از افراد به این امر که شرکت باید از لحاظ اجتماعی با وجدان باشد، اعتقادی ندارند. برای مثال اقتصاددانی به نام میلتون فریدمن می‌گوید: «مسئولیت‌های اجتماعی به دلیل سستی تحلیل و عدم دقت می‌تواند منجر به ایجاد آسیب جدی به جنبه‌های مالی شرکت شود.» منظور از این کلام آن است که فقط اشخاص حقیقی می‌توانند مسئولیت اجتماعی داشته باشند و دخیل کردن این امر در طرح استراتژی شرکت به خودی خود غیر ممکن است.

برخی دیگر از کارشناسان نیز معتقدند که مسئولیت اجتماعی هدف اصلی شرکت یعنی سودآوری را به حاشیه رانده و راه رسیدن به آن را غیرممکن می‌کند.

مسئولیت اجتماعی شرکت یا (Corporate Social Responsibility) CSR برای اولین بار در دهه‌ی بیست میلادی و سال ۱۹۱۷ بر می‌گردد. زمانی که هنری فورد اعلام کرد هدف شرکت ماشین سازی فورد «کار انجام دادن برای ذینفعان با هدف کسب پول و استفاده از آن تا جایی که امکان دارد، ایجاد شغل و صادر کردن ماشین به کشورهایی که مردم توانایی استفاده از آن را دارند». ۸ سال بعد نوه هنری فورد تاکید کرد شرکت فورد به منافع تمام ذینفعان خود، همراه با رفاه اجتماعی کارگران و سهامداران ارزش می‌نهد. همچنین وی گفته است: می‌خواهیم راه‌های جدید مبتکرانه برای مشغول کردن مصرف‌کنندگان و همچنین بازدهی بالا برای سهامداران فراهم کنیم تا جهان مکان بهتری برای ما باشد. از دیدگاه کسب و کار، فورد یکی از اولین شرکت‌هایی است که فعالیت‌های اجتماعی را آغاز کرده است. ولی به دلیل رکود بزرگ و جنگ جهانی دوم مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، نتوانست به‌عنوان یک موضوع جدی تا دهه ۱۹۵۰ میان رهبران کسب‌وکار جایگاهی بیابد لذا از دیدگاه مطالعات، بسیاری از پژوهشگران معتقدند مسئولیت اجتماعی کسب و کار متعلق به باون (۱۹۵۳) می‌باشد، وی اولین مطالعه را در زمینه بررسی ارتباط بین شرکت‌ها و جامعه انجام داده است. از دهه ۱۹۵۰، واکنش اجتماعی شرکت‌ها (CSR) پاسخ اجتماعی شرکت‌ها، عملکرد اجتماعی شرکت‌ها، شهروندی شرکتی و انسان‌دوستی شرکت‌ها، مفهوم‌سازی شدند که اساساً از حوزه مدیریت نشأت می‌گیرد. بر اساس دانش مدیریت و کسب‌وکار، محققان از دیدگاه‌های مختلف، مسئولیت‌های اجتماعی و مفاهیم مرتبط با آن را مورد بررسی قرار دادند.

مدل‌های اولیه مسئولیت اجتماعی شرکت در دهه ۱۹۶۰ ظاهر گشت که جنبه «اجتماعی» مسئولیت اجتماعی شرکت را به‌طور مستقیم به مسئولیت‌هایی بالاتر و ورای مسئولیت‌های اقتصادی و قانونی ربط می‌داد. سازمان‌های بین‌المللی همچون سازمان ملل متحد، بانک جهانی، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه نه تنها پژوهش و ترویج مسئولیت اجتماعی را تایید کردند بلکه دستورالعمل‌ها و واحدهای دائمی کاری را به وجود آوردند. CSR مفهومی که بر اساس آن شرکت‌ها به‌طور داوطلبانه تصمیم به مشارکت در ساختن یک جامعه بهتر و محیط پاکیزه‌تر می‌گیرند. مفهومی که با توجه به آن شرکت‌ها، نگرانی‌های اجتماعی و زیست محیطی را در فعالیت‌های عملیاتی کسب‌وکار در تعامل با گروه‌های ذینفع خود در نظر می‌گیرد. بنیاد مدیریت کیفیت اروپا (سازمان بین‌المللی استاندارد) تعریف استاندارد برای مسئولیت اجتماعی بخش خصوصی و بخش عمومی ارائه داده است.

در اواسط قرن بیستم، عنوان CSR (مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها)، توسط متفکرین و متخصصین مدیریت کسب و کار، مانند «پیتر دراگر»، در آمریکا مطرح شد و در بسیاری از محافل علمی، سیاسی و اقتصادی کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، به دغدغه مهمی در مدیریت، بازاریابی و سرمایه‌گذاری، تبدیل شد.

امروزه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها نه تنها بخش مهمی از ادبیات و فرهنگ مدیریت را به خود اختصاص داده است، بلکه بحث‌های آکادمیک مجامع حرفه‌ای، سازمان‌های غیردولتی، مصرف‌کنندگان، کارکنان، تامین‌کنندگان، سهامداران و سرمایه‌گذاران را نیز درگیر کرده است.

۳-۵-۲-۱-۳ - ابعاد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها

ابعاد مسئولیت اجتماعی از یک منظر دارای ۵ بعد و از نگاه دیگر دارای ۴ بعد است که در زیر به آن اشاره می‌شود:

۳-۵-۱-۱ - ابعاد پنج‌گانه مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی

۳-۵-۱-۱-۱ - مسئولیت‌های اجتماعی زیست محیطی (مسئولیت اجتماعی متمرکز بر محیط شرکت‌ها)

یکی از جنبه‌های CSR، مسئولیت‌های محیطی می‌باشد که در این نوع از مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت بخش بزرگی از تمرکز خود را بر روی حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی می‌گذارد و در قبال حفظ محیط‌زیست و اکوسیستم احساس تعهد



می‌نماید. به عبارتی، این نوع از مسئولیت‌های اجتماعی بر اثرات زیانبار عملکرد شرکت‌ها بر محیط زیست تمرکز دارد. شرکت با هدف کاهش تولید عوامل مضر بر محیط زیست به واسطه تولید محصولات، در مراحل تولید خود نوآوری می‌کنند. همچنین این شرکت‌ها تلاش می‌کنند در راستای جلوگیری از عوامل مضر بر محیط زیست به واسطه سوخت‌های فسیلی از منابع انرژی‌های تجدیدپذیر استفاده کنند. به‌طور مثال سازمانی اعلام می‌کند که دیگر از کربن‌های جوهری استفاده نمی‌کند. (عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۲، ۵۴)

۳-۵-۱-۲ - مسئولیت‌های اجتماعی خیرخواهانه (مسئولیت اجتماعی خیر به محور شرکت‌ها)

در این نوع از CSR شرکت مسئولیت خود را در نظر گرفتن خدمات اجتماعی و رفع معضلات اجتماعی دانسته و برای رفع این معضلات تحت عنوان کمپین‌های مختلفی تلاش می‌کند. به‌عبارتی در این نوع از مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها در جهت تامین مالی افراد و سازمان‌های خیریه در جهت تحقق اهداف خود کمک می‌کنند. این نوع از مسئولیت‌های اجتماعی متداول‌ترین نوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. بیشتر شرکت‌ها حمایت مالی مستقیم را با هدف تامین مالی افراد و شرکت‌هایی که به کمک نیاز دارند انجام می‌دهند. (عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۲، صص ۷۵-۵۹) به‌طور مثال شرکت بخشی از بودجه شرکت را برای درمان بیماران یا غیره اختصاص می‌دهد.

۳-۵-۱-۳ - مسئولیت‌های اجتماعی اخلاقی (مسئولیت اجتماعی اجتماع محور شرکت)

در این سطح، جنبه اخلاقی مسئولیت اجتماعی از اهمیت بیشتری برخوردار است. این مسئولیت‌ها شامل پرداخت درآمد بیشتر به کارمندان از طریق پاداش‌های بالاتر، فراهم کردن فرصت برای بیکاران، اجتناب از کارکردن با شرکت‌های دارای سابقه و شهرت منفی و غیره می‌باشد. این نوع از مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) برای شرکت‌هایی است که وانمود می‌کنند تنها به سود بیشتر توجه نداشته و به فکر حل مشکلاتی هستند که کمتر به آن‌ها پرداخته شده است. شرکت‌ها با سایر سازمان‌های غیرسودآور دست همکاری می‌دهند تا رفاه مردم و انجمن‌های محلی را تامین کنند. این سازمان‌ها، هم از سوی شرکت‌ها کمک مالی دریافت می‌کنند هم برای انجام وظایف خود شرایط اجتماعی افراد جامعه را بهبود می‌بخشند.

۴-۱-۵-۳- مسئولیت‌های اجتماعی سرمایه انسانی (مسئولیت اجتماعی سرمایه انسانی محور شرکت‌ها)

این نوع از مسئولیت‌های اجتماعی، تمرکز بر خوشبختی سرمایه انسانی دارند و تلاش می‌کند شرایط زندگی آن‌ها را بهبود بخشد. به‌طور مثال اجازه استفاده از مرخصی برای پدرانی که بچه‌دار شده‌اند، همچنین تامین بیمه درمانی برای سرمایه انسانی جهت مراقبت از آن‌ها هنگام وقوع حوادث ناشی از خطرات شغلی، تعهد در قبال رعایت عدالت و شایسته‌سالاری در استخدام نیروهای موردنیاز، تعهد در قبال برآورده کردن تمامی نیازهای ضروری کارمندان و خانواده‌های آن‌ها، تعهد در قبال رفتار درست و انسانی با تمامی افراد مرتبط از این نوع مسئولیت اجتماعی می‌باشد.

۵-۱-۵-۳- مسئولیت‌های اجتماعی رهبری سازمانی

نمودار شماره ۴: ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی

بعد مسئولیت اجتماعی در رهبری سازمانی

مسئولیت اجتماعی سازمان در رهبری و فرایندهای درون سازمانی، مأموریت و چشم انداز، خط‌مشی‌ها و رویه‌ها، کدهای اخلاقی و مقررات و آیین‌نامه‌های داخلی

بعد مسئولیت اجتماعی در بازار و صنعت

تامین‌کنندگان و پیمانکاران زنجیره تامین، حقوق مصرف‌کنندگان، سرمایه‌گذاری اجتماعی مسئولانه، مسئولیت در قبال محصول، پرداخت بموقع و صحیح مالیات، نقش در اقتصاد ملی و بهره‌وری مدیریت خرید مسئولانه، لابی کردن مسئولیت‌پذیر

بعد مسئولیت اجتماعی در قبال جامعه

مشارکت با نهادهای اجتماعی، کمک‌های خیریه و اسپانسرینگ، کمک به بحران‌های اجتماعی، توسعه مشاغل و مبارزه با بیکاری، توجه به حقوق بشر، داوطلبی شرکتی و حمایت از فعالیت‌های داوطلبی کارکنان

بعد مسئولیت اجتماعی نسبت به کارکنان

ایمنی و سلامتی کارکنان، آموزش و توانمندسازی کارکنان، کار شایسته، حقوق بشر، صداقت و شفافیت عملکرد، جلوگیری از رشوه و فساد مالی

بعد مسئولیت اجتماعی در محیط زیست

کاهش آثار زیان بار دارایی‌ها و فناوری‌های سازمان بر محیط زیست و کاهش آلاینده‌گی، مصرف صحیح انرژی، کاهش ضایعات و بازیافت آن، توسعه فناوری‌های سبز و پایداری منابع

نمودار شماره ۵: ابعاد چهارگانه مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی



۱-۲-۵-۳- بعد اقتصادی

نخستین بعد مسئولیت سازمان‌ها «بعد اقتصادی» یا **Economic Responsibility (ER)** آن است که در آن، فعالیت‌ها و اقدامات، مورد نظر قرار می‌گیرند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸). از لحاظ تاریخی و هم‌چنین در دنیای امروز، مهم‌ترین بعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها، بعد اقتصادی است که در آن همه کارها و اقدامات اقتصادی سازمان، مورد نظر قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است. وقتی سازمان سود لازم را به دست می‌آورد و حیات خود را تضمین می‌کند، می‌تواند به مسئولیت‌های دیگر بپردازد. به بیان دیگر، اهداف اولیه سازمانی در این بعد مورد توجه قرار می‌گیرند. هم‌چنین بخش دیگر از بعد اقتصادی، تأمین سود مورد نظر برای ذینفعان و دفاع از ارزش سهام آن‌ها در بازار بورس می‌باشد. از جنبه‌های گوناگون، بعد اقتصادی زیربنای اصلی فعالیت‌های یک سازمان است. (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۳)

۲-۲-۵-۳- بعد قانونی

دومین بعد مسئولیت سازمان‌ها، «بعد قانونی (حقوقی)» یا **Legal Responsibility (LR)** است و سازمان‌ها ملزم می‌شوند در چارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کنند. جامعه، این قوانین را تعیین می‌کند و کلیه شهروندان و سازمان‌ها، موظف هستند به این مقررات به‌عنوان یک ارزش اجتماعی احترام بگذارند. بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را «الزام اجتماعی» نیز می‌گویند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸). مسئولیت قانونی هم‌چنین رعایت قوانین و مقررات منطبق با قوانین محلی، کشوری و بین‌المللی را شامل می‌شود. از این منظر، جامعه انتظار دارد بنگاه‌های اقتصادی علاوه بر انجام دادن وظایف اقتصادی خود در چارچوب الزامات و وظایف، مسئولیت‌پذیری‌های اجتماعی خود را نیز مورد توجه قرار دهند (راه‌چمنی و کاووسی، ۱۳۹۴)

۳-۲-۵-۳- بعد اجتماعی

سومین بعد مسئولیت سازمان‌ها، «بعد اجتماعی» یا **Social Responsibility (SR)** است و شامل مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور، انجام دهد. (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸)

چهارمین بعد مسئولیت سازمان‌ها، «بعد اخلاقی» یا **Ethical Responsibility (ER)** است. از سازمان‌ها انتظار می‌رود که هم چون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام بگذارند و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند. بعد اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را «پاسخ‌گویی اجتماعی» نیز می‌گویند. (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸) هم چنین مسئولیت اخلاقی جهت برآورده کردن سایر انتظارات اجتماعی به‌عنوان قوانینی نانوشته هم چون اجتناب از آسیب‌های اجتماعی و احترام به حقوق افراد می‌باشد. این مسئولیت‌پذیری اساساً خود ریشه در رعایت و مورد نظر قرار دادن حقوق بشر دارد. رعایت عدالت و برابری در بیان تمامی کارکنان سازمان و اشاعه ارزش‌های اخلاقی از قبیل صداقت، درستکاری، وجدان‌کاری و مقابله با نژادپرستی (در سازمان‌های چند ملیتی)، از جمله ویژگی‌های مسئولیت اخلاقی است (راه‌چمنی و کاووسی، ۱۳۹۴)

۳-۶- نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی

کاریگا و مله (۲۰۰۴) نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به چهار گروه تقسیم کردند:

۳-۶-۱- نظریه‌های ابزاری

فرض بر این است که شرکت، ابزاری برای ایجاد ثروت بوده و این تنها مسئولیت اجتماعی شرکت است. این گروه از نظریه‌ها، نظریه‌های ابزاری نامیده می‌شوند، زیرا آن‌ها مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را ابزاری راهبردی برای رسیدن به هدف‌های اقتصادی و ایجاد ثروت تلقی می‌کنند. (باقرپور و همکاران ۱۳۹۳، ۴۰-۱۶) دیدگاه معروف فریدمن در این زمینه بیان می‌کند که تنها مسئولیت شرکت نسبت به جامعه، بیشینه کردن سود سهامداران در چارچوب قانونی و رسوم اخلاقی کشور است. (فریدمن، ۱۹۷۰)

۳-۶-۲- نظریه‌های سیاسی

شامل نظریه‌هایی است که واحد تجاری باید به تقاضای اجتماعی مبتنی بر نظریه‌های سیاسی عمل کند. این گروه از نظریه‌پردازان بر این نکته تأکید دارند که تقاضای اجتماعی از واحد تجاری برای بقا و تداوم فعالیت و رشد آن و حتی برای موجودیت خود آن ضروری است. در اصل، این گروه از نظریه‌ها روی تعامل و ارتباط بین واحدهای کسب و کار و جامعه تأکید دارند و دغدغه اصلی آن قدرت و جایگاه شرکت و مسئولیت ذاتی در قبال جامعه است. اگر چه رویکردهای مختلفی در این حوزه وجود دارد، اما دو رویکرد برجسته آن، شرکت قانون‌مدار و شهروند شرکتی است. شرکت قانون‌مدار بیان می‌کند که مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، ناشی از میزان قدرت اجتماعی آن‌ها است. شهروند شرکتی نیز، شرکت را به‌عنوان شهروندی در نظر می‌گیرد که ارتباطات و مشارکت‌های خاصی در اجتماع دارد. (کاریگا و مله، ۲۰۰۴)

۳-۶-۳- نظریه‌های یکپارچه

این نظریه‌ها به چگونگی یکپارچه کردن نیازهای اجتماعی به وسیله کسب و کار می‌پردازند و ادعا دارند که کسب‌وکار برای پیدایش، دوام و رشد خود به جامعه وابسته است. نیازهای اجتماعی عموماً به‌عنوان عامل شکل‌گیری تعامل جامعه با کسب و کار و مشروعیت‌بخشی به آن در نظر گرفته می‌شود. در نتیجه، مدیریت شرکت باید نیازهای اجتماعی را در نظر گیرد و آن‌ها را به‌گونه‌ای با هم یکپارچه کند. (پرستون و پست، ۱۹۷۵)

۳-۶-۴- نظریه‌های اخلاقی

این گروه از نظریه‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی از منظر اخلاقی توجه کرده است. بر این اساس شرکت‌ها باید مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان تعهد اخلاقی بپذیرند. این نظریه‌ها، مبتنی بر اصول و کارهای درست برای دستیابی به جامعه خوب است. (شاه حسینی و عربلویی مقدم، ۱۳۹۵) نظریه‌های اخلاقی شامل نظریه‌های دین‌گرای دین‌فغان، حقوق جهانی، توسعه پایدار و رویکرد نفع عمومی است. (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۶)

۳-۷- مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی

به طور کلی برای تبیین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در مقابل ذی‌نفعان مدل‌های مختلفی وجود دارد؛ و لیکن مسئولیت‌پذیری اجتماعی هر شرکت با توجه به این که دارای خصوصیات منحصر به فرد خود می‌باشد و این خصوصیات، بر دیدگاه‌ها و نحوه عملکرد و استراتژی‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها تأثیرگذار می‌باشند؛ حرکت به سمت نهادینه کردن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در نظام راهبردی شرکت‌ها می‌بایست با فرهنگ سازمانی، چشم‌انداز و استراتژی‌های بلندمدت شرکت همسو باشد تا اجرای برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌صورت هزینه‌بر از سوی کارکنان و سهام داران تلقی نگردد (امام‌قلی زاده و همکاران، ۱۳۹۲)

به این ترتیب، مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به شرح زیر معرفی می‌گردند:

۳-۷-۱- مدل دیویس

دیویس (۱۹۷۵) مسئولیت اجتماعی را نوعی احساس تعهد به وسیله مدیران سازمان‌های تجاری بخش خصوصی می‌داند و بر این باور است که آنها به گونه‌ای تصمیم‌گیری می‌کنند که در کنار کسب سود برای مؤسسه، سطح رفاه جامعه نیز بهبود یابد. او این مفهوم را مانند توجه سازمان‌ها به مسائلی فراتر از نیازمندی‌های محدود اقتصادی، فنی و حقوقی خویش و پاسخگویی به این نیازمندی‌ها، توصیف کرد. مدل مسئولیت اجتماعی دیویس شامل پنج پیش فرض است:

پیش فرض اول: سازمان به‌طور کلی به خاطر تأثیر زیاد روی مسائل مختلف جامعه از جمله بیکاری، وضعیت محیط و کیفیت زندگی، در رفاه جامعه سهیم است. به‌عبارت‌دیگر، در این پیش فرض، دلیل آن را توضیح می‌دهد که سازمان یا مؤسسه باید مسئولیت اجتماعی فعالیت‌های خود را به عهده بگیرد و از سازمان‌ها انتظار نمی‌رود که بیش از توان خود اقدامی کنند، بلکه به همان اندازه که نظام حقوقی جامعه از هر یک از شهروندان انتظار دارد از سازمان‌ها نیز در حد توان خود انتظار می‌رود.

پیش فرض دوم: سازمان باید به‌عنوان سیستم باز دو طرفه عمل کند. آزادانه ورودی‌های خود را از جامعه دریافت و آزادانه نتیجه کار خود را به جامعه عرضه کنند. این پیش فرض، نحوه انجام مسئولیت اجتماعی را توضیح می‌دهد. دیویس معتقد است که

باید ارتباطات باز و محترمانه‌ای بین سازمان و جامعه برقرار باشد. به عبارت دیگر سازمان باید مشتاقانه به نظرات شهروندان و نمایندگان آن‌ها توجه و داوطلبانه گزارش‌های منظمی از اقدامات خود در خصوص تعهدات اجتماعی را ارائه کند.

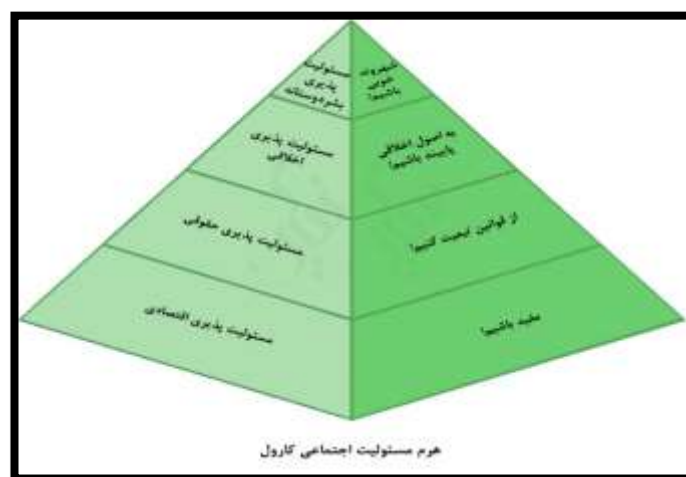
پیش فرض سوم: فایده اجتماعی هر کار، کالا یا خدمتی باید در کل محاسبه و به‌منظور تصمیم‌گیری در مورد اینکه آیا این کار انجام شود یا خیر؟ مورد توجه قرار گیرد. تأکید این پیش فرض روی این مفهوم بنیادی است که امکانات فنی و سودآوری اقتصادی تنها عواملی نیستند که می‌توانند روی تصمیم‌گیری‌های سازمان تأثیر داشته باشند. سازمان باید قبل از آنکه کاری را متعهد شود؛ نتایج و عواقب کوتاه مدت و بلندمدت اجتماعی آن را در نظر بگیرد. (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۷)

پیش فرض چهارم: هزینه‌های اجتماعی مربوط به هر کار، کالا یا خدمتی باید به مصرف‌کننده منتقل شود. پیش فرض چهارم، بیانگر این است که نمی‌توان از سازمان، انتظار داشت که هر فعالیتی را تأمین کند که هم زیان اقتصادی و هم نفع اجتماعی در بردارد. هزینه‌های پیش گفته، باید به‌وسیله بهای اضافه‌تر کالا یا خدمات مورد بحث، به مصرف‌کننده منتقل شوند. (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۸)

پیش فرض پنجم: مؤسسات بازرگانی، مثل هر شهروندی، این مسئولیت را دارند که در خصوص حل مشکلات اجتماعی مشارکت داشته باشند که خارج از محدوده کاریشان است. پیش فرض آخر، این نکته را بیان می‌دارد که اگر سازمان یا مؤسسه‌ای از تخصصی برخوردار است که می‌تواند مشکل اجتماعی را به صورت مستقیم به آن مربوط نیست، حل کند، باید برای کمک به جامعه برای حل آن مشکل، خود را مسئول بداند (دیویس و بلومستروم، ۱۹۷۵)

۲-۷-۳- مدل کارول

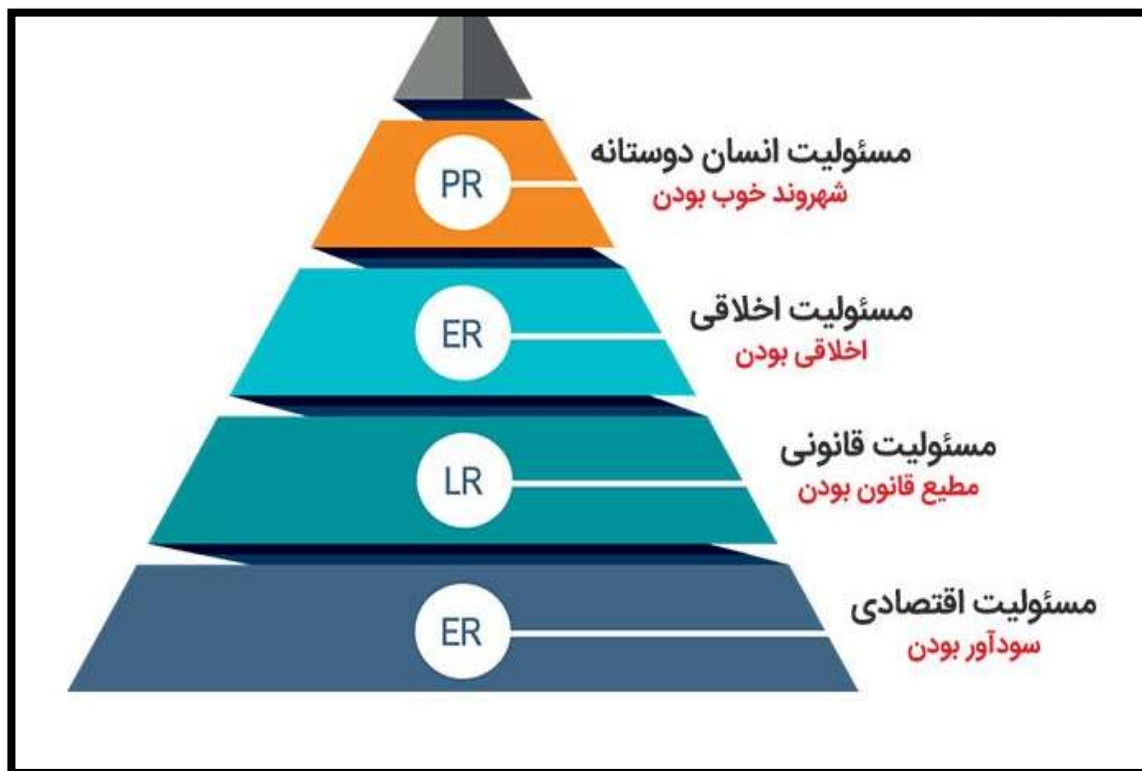
کارول معتقد است که؛ بی‌توجهی به مسئولیت‌های اجتماعی، موجب افزایش دخالت دولت و در نتیجه کاهش کارایی آن می‌شود و اگر شرکت‌ها، داوطلبانه به برخی مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی خود عمل کنند، می‌توانند به سود موردنظر خود دست یابند. «کارول» در سال ۱۹۹۱ اصول چهارگانه‌ای را تحت عنوان «هرم چهار لایه مسئولیت اجتماعی» معرفی کرد.



هرم مسئولیت اجتماعی مدل کارول

براساس این مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت از چهار قسمت اقتصادی (به دست آوردن سود)، قانونی (مطابقت با قوانین)، اخلاقی و بشر دوستانه تشکیل شده است. در این مدل، مسئولیت‌های اقتصادی (سودآوری)، از مهمترین مسئولیت‌های سازمان است. (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۸)

مؤلفه‌های این مدل از نظر سلسله مراتبی اهمیت کاهشی دارند. بر این اساس، مسئولیت قانونی به‌عنوان پایه و اساس محسوب می‌شود و همه مسئولیت‌های دیگر دلالت بر مسئولیت اقتصادی دارند و از شرکت‌ها انتظار می‌رود که در چارچوب قانون عمل نمایند، بنابراین مسئولیت قانونی به‌عنوان لایه بعدی هرم است. در رأس این هرم مسئولیت بشر دوستانه قرار دارد که اختیاری است و کمترین اهمیت را در هرم دارد.



تقسیم بندی مسئولیت پذیری اجتماعی بر اساس مدل کارول

الف. مسئولیت انسانی بشر دوستانه (Philanthropic)

مشارکت داوطلبانه و بشردوستانه هر سازمان، در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های عام‌المنفعه به منظور التیام گوشه‌ای از آلام جامعه و ایفای نقشی مؤثر در حل مشکلات و معضلات اجتماعی بروز می‌کند. مسئولیت بشردوستانه شامل فعالیت‌های داوطلبانه شرکت‌ها به‌منظور رسیدگی به مسائل و معضلات جامعه است.

ب. مسئولیت اخلاقی (Ethical)

هر سازمان برای رسیدن به تعالی در مسیر اهدافش، می‌باید استانداردها و معیارهای به‌هنجار اخلاقی- انسانی را عمیقاً در تار و پود ارکان خود، نهادینه کند. هنجارهایی چون ادب، انصاف، احترام متقابل، پرهیز از افکار و اعمال ناشایست، غیبت و...، زیرا در غیر این صورت، انرژی‌هایی که باید صرف سازندگی و ارتقاء سازمان شود، هزینه حاشیه‌سازی‌ها و بی‌اخلاقی‌ها می‌گردد. براساس مسئولیت اخلاقی از شرکت‌ها انتظار می‌رود که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشند و به آن‌ها احترام بگذارند. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۸)

ج. مسئولیت قانونی و حقوقی (Legal)

هر بنگاه اقتصادی در عین تمرکز بر سودآوری، ملزم به رعایت قوانین و مقرراتی همچون تأمین بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف کنندگان، پرهیز از بروز مصادیق تبعیض قومیتی و جنسیتی، توجه به مسائل زیست محیطی در تمامی فرایندهای تولید و ارائه خدمات است که در این مقوله مطرح و وضع شده‌اند.

لذا مسئولیت‌های قانونی اشاره به این دارد که سازمان باید در چارچوب قوانین و مقررات، فعالیت اقتصادی خود را انجام دهد. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۸)

د. مسئولیت اقتصادی (Economic)

برای بنگاه‌های اقتصادی، کسب سود و ارزش افزوده حاصل از تولید و خدمات، نباید تنها هدف آن محسوب شود. بلکه، پاسخگویی و شفافیت عملکردی هرچه بهتر مسئولان و مدیران می‌تواند نقش بسزایی در ارتقاء کیفی سازمان، جلب مشارکت حداکثری درون سازمانی، ارتقا و حفظ اعتماد در سطح جامعه، افزایش بازدهی و در نهایت، رشد سود اقتصادی را به همراه داشته باشد.

۳-۷-۳- مدل سه مرحله‌ای عملکرد اجتماعی سازمان

در سال ۱۹۸۶، وارنیک و کوکران، مدل اجتماعی سازمان را بسط دادند. به عقیده آن‌ها عملکرد اجتماعی سازمان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پاسخگویی اجتماعی و مدیریت مسائل عمومی است که این مراحل در جدول زیر نشان داده شده است. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۵۹)

جدول شماره ۸: مدل سه مرحله‌ای عملکرد اجتماعی سازمان

گرایش	سه مرحله عملکرد اجتماعی سازمان	
گرایش‌های فلسفی: - تدوین قرارداد اجتماعی سازمان‌ها - سازمان به‌عنوان یک عامل اخلاقی	۱. دیدگاه اقتصادی ۲. دیدگاه قانونی ۳. دیدگاه اخلاقی ۴. دیدگاه بشر دوستانه	۱. مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان
گرایش‌های نهادی: - ظرفیت‌سازی پاسخ به تغییر شرایط اجتماعی - توسعه پاسخ‌دهی رویکردهای مدیریتی	۱. راهبرد انفعالی ۲. راهبرد تدافعی ۳. راهبرد تطابقی ۴. راهبرد پیشگیرانه	۲. پاسخگویی اجتماعی سازمان
گرایش‌های سازمانی: - تعیین خط مشی اجتماعی سازمان - کمیته‌سازی غافگیر شدن سازمان‌ها	۱. تشخیص مسائل ۲. تحلیل مسائل	۳. مدیریت مسائل عمومی

براساس این جدول در مرحله نخست، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان شامل دیدگاه‌های اقتصادی، قانونی، اخلاقی و صلاح‌دید یا بشردوستانه است که منجر به شکل‌گیری گرایش‌های فلسفی شامل تدوین قرارداد اجتماعی سازمان‌ها و سازمان به‌عنوان یک عامل اخلاقی می‌شود. در مرحله دوم، پاسخگویی اجتماعی سازمان مطرح می‌شود که شامل راهبردهای انفعالی، تدافعی، تطابقی و پیشگیرانه است. در نتیجه، گرایش‌های نهادی مانند ظرفیت‌سازی پاسخ به تغییر شرایط اجتماعی و توسعه پاسخ‌دهی رویکردهای مدیریتی را مورد بحث قرار می‌دهند. در مرحله سوم، مدیریت مسائل عمومی شامل تشخیص مسائل و سپس تجزیه و تحلیل آن‌ها، مطرح و منجر به ایجاد گرایش‌های سازمانی شامل تعیین خط مشی اجتماعی سازمان و کمینه‌سازی غافلگیر شدن سازمان‌ها می‌شود. براساس مدل وارنیک و کوکران، در وهله نخست، ماهیت و فلسفه وجودی و ضرورت مسئولیت‌پذیری اجتماعی براساس ابعاد مختلف آن در دیدگاه سازمان‌ها، مطرح می‌شود. در واقع، رسیدن به مراحل بعد و توجه عملی و اقدام در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، زمانی برای سازمان ممکن و نتیجه‌بخش خواهد بود که در ابتدا، به‌عنوان وظیفه‌ای اجتماعی در دیدگاه و نگرش سازمان مورد قبول واقع شده باشد. سازمان براساس نگرش در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، راهبردی متناسب با نگرش خود را برای پاسخگویی اجتماعی انتخاب می‌کند و پس از آن به مدیریت مسائل عمومی می‌پردازد (احمدی کهنعلی و همکاران ۱۳۹۴).

۴-۷-۳- مدل وود

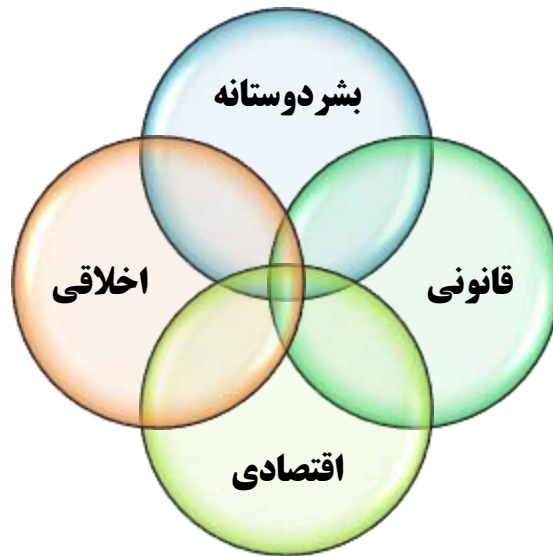
در سال ۱۹۹۱، وود مدل عملکرد اجتماعی شرکت را فراسوی شناسایی انواع مختلف مسئولیت‌پذیری برای بررسی ابعاد مرتبط با اصول انگیزشی رفتار مسئولانه (شامل اصول نهادی، سازمانی و شخصی)، فرایند مسئولیت‌پذیری (شامل ارزیابی محیطی، ارزیابی ذینفعان و ابعاد مدیریت) و نتایج عملکرد آن (شامل اثرات اجتماعی، برنامه‌های اجتماعی و رویه‌های اجتماعی) پالایش اساسی کرد. او عملکرد اجتماعی شرکت را به‌عنوان محصول رعایت اصول اساسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی معرفی کرد. این مدل پیشرفت بسیاری در پژوهش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به دنبال داشت. مسئولیت‌پذیری، بر اساس مدل وود یک بعد عملی را تشکیل می‌دهد که به اجزای دستوری و انگیزشی مکمل برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیاز دارد. پیامدهای رفتار شرکت، منافع مستقیم و واضح در ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت است. براساس مدل وود، پیامدها به سه نوع تقسیم می‌شوند: اثرات اجتماعی، رفتار شرکت و برنامه‌ها و رویه‌های تدوین شده توسط شرکت برای ابعاد اجتماعی و منافع ذینفعان که شرکت‌ها برای اجرای مسئولیت‌پذیری به کار می‌برند. این که آیا رفتار شرکت اثرات مثبت و منفی دارد باید به طور عینی ارزیابی شود (وود، ۱۹۹۱).

۵-۷-۳- مدل دوایر متقاطع

چارچوب مدل هر می کارول نمی‌تواند طبیعت قلمروهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ارتباط متقابل بین آن‌ها را به طور کامل ارائه کند. قلمروهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در تعامل با هم قرار دارند. این امر، از ویژگی‌های جدایی‌ناپذیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت است. بر این اساس، مدل دوایر متقاطع (Crossover model) بیان می‌کند که مسئولیت‌های مختلف با یکدیگر روابط پویا و متقابل دارند و به‌طور خاص مسئولیت اقتصادی، اساسی‌ترین مسئولیت نیست. همچنین، اقدامات اقتصادی در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، اهمیت کمتری نسبت به سایرین ندارد. به عبارت دیگر، مسئولیت‌های قانونی، اخلاقی و بشردوستانه به همان اندازه مسئولیت اقتصادی برای کسب و کار اهمیت دارد.

(رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۶۱)

نمودار شماره ۶: روابط پویا و متقابل مسئولیت های مختلف اجتماعی در مدل دواير متقاطع



۶-۷-۳- مدل دواير متحدالمرکز

مدل دواير متحدالمرکز (Concentrated Range Drives) شبیه مدل هرمی است که در یک نظر، نقش اقتصادی کسب و کار، هسته اصلی مسئولیت پذیری اجتماعی است. همچنین، شبیه مدل دواير متقاطع است که به روابط متقابل بین قلمروهای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت توجه می کند. به این ترتیب که مانند مدل هرمی کارول، مسئولیت های اقتصادی در مرکز مدل قرار دارند، اما نسبت به سایر قلمروها از اهمیت بیشتری برخوردار نیست. در مقابل مسئولیت های بشر دوستانه بیشترین اهمیت را دارند؛ این مسئولیت نیز باید با توجه به قلمرو اقتصادی انجام شود. در این مدل، هر عضو دایره داخلی، عضو دایره گسترده تر بیرونی است، اما این رابطه برعکس نیست. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۶۲)

نمودار شماره ۷: روابط متقابل مسئولیت های مختلف اجتماعی در مدل دواير متحدالمرکز



لانتوس (۲۰۰۱) بیان نمود که سه نوع منحصر به فرد از مشروعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی براساس طبیعت (لازم در برابر اختیاری) و هدف (مفید برای ذینفعان، شرکت، یا هردو) وجود دارد که کسب و کار می‌تواند به آن بپردازد و برای تصمیم‌گیری در مورد عوامل و مشروعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیاز است تا بین آن‌ها تمایز قائل شد. این سه نوع اخلاقی، نوع دوستانه و راهبردی است.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی اخلاقی: حتی اگر شرکت از این نوع مسئولیت‌پذیری سودی نبرد، بازهم این مسئولیت، الزامی و فراتر از عمل به تعهدات اقتصادی و حقوقی شرکت و برای جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی ضروری است. شرکت‌ها باید از نظر اخلاقی به صورت مسئولانه رفتار و با اینکار آسیب‌های وارده را کمینه کنند.

برای نمونه اگر شرکتی به دلیل کاهش و توقف فروش یا تغییر منبع مواد خام خود تصمیم بگیرد که مکان کارخانه خود را تغییر دهد باید به این موضوع فکر کند که این تغییر مکان به صورت موقت می‌تواند مشکلاتی را برای برخی از کارکنان به وجود آورد. در این حالت یکی از مسئولیت‌های اخلاقی شرکت برای کاهش آسیب‌های احتمالی، اطلاع‌رسانی زودهنگام و به موقع یا در نظر گرفتن حق سنوات برای کارکنان است.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی نوع دوستانه: این نوع مسئولیت، اختیاری است و شامل فعالیت‌های نوع دوستانه و فراتر از بحث اخلاقیات است. در اجرای این مسئولیت شرکت‌ها به کسب سود فکر نمی‌کنند. به عقیده سیمون و همکاران (۱۹۸۳) اصیل‌ترین نوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت‌ها، زمانی است که ادعای مسئولیت نوع دوستانه خود را برآورده سازند.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی راهبردی: در این سطح، مسئله برد-برد و رابطه دو طرفه، مطرح می‌شود. به این معنی که شرکت به گونه‌ای مسئولیت اجتماعی را انجام می‌دهد که هم منافع شرکت و هم منافع ذینفعان (شامل افزایش سودآوری شرکت به دلیل اتخاذ سیاست‌های مثبت و نیکوکارانه) تأمین شود. در اصل، در سطح سوم، شرکت متعهد می‌شود تا فعالیت‌های خدمات اجتماعی معینی را انجام دهد که در راستای اهداف راهبردی کسب و کار است.

لانتوس (۲۰۰۱) اعتقاد دارد که بسیاری از سردرگمی‌ها و اختلافات در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، ناشی از عدم موفقیت در تشخیص اشکال اخلاقی، نوع دوستانه و راهبردی است. لانتوس با فریدمن هم نظر است که مسئولیت‌پذیری نوع دوستانه را نقش اصلی کسب و کار نمی‌داند. او بیان می‌کند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی اخلاقی براساس مفاهیم وظایف و مسئولیت‌های اخلاقی، برای کسب و کار الزامی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی راهبردی برای شرکت مفید است و شرکت باید برای تحقق این دو مسئولیت‌پذیری تلاش بیشتری کند. (لانتوس، ۲۰۰۱)

۸-۷-۳- مدل برین

مدل برین، مدل دیگری است که با وجود شایستگی‌های که دارد کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این مدل، چارچوب مفهومی برای ارزیابی تأثیر عملکردهای تجاری شرکت روی ذینفعان با تجزیه و تحلیل یا ایجاد شایستگی‌های موردنظر جامعه ارائه می‌شود و می‌تواند هم به جامعه سود برسانند و هم سودآوری شرکت را افزایش دهند. شرکت‌ها، به وسیله یکپارچه‌سازی شایستگی‌های موردنظر جامعه با فعالیت‌های خود، می‌توانند محصولات و خدمات جدید یا توسعه‌یافته، فرایندهای تولید کاراتر،

شهرت قوی و هویت برای نام تجاری خود ایجاد کنند. (ملو و دیگران، ۲۰۱۲) در واقع، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مفهومی در راستای تعریف تعهد ذکر شده در مطالب پیش‌گفته است که به نوعی بر عهده سازمان‌ها است. می‌توان گفت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تعریف عام، روشی است که بنگاه‌ها به وسیله آن رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزش‌ها، فرهنگ، راهبردها، ساختار تصمیم‌گیری و شیوه‌های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه می‌کنند و در نتیجه فرآیندها و رویه‌های بهتری را در درون سازمان خود جاری می‌سازند و به این ترتیب، ثروت می‌آفرینند و وضعیت جامعه را بهبود می‌بخشند. (کبیری و محمدزاده سالطه، ۱۳۹۴، صص ۶۷-۸۳)

۹-۷-۳- مدل مولکولی

این مدل بر پایه پذیرش نقش راهبردی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی استوار است و بر این نکته تأکید دارد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان نه تنها تهدید نیست، بلکه فرصتی ارزشمند است. این مدل براساس هفت فعالیت مهم تدوین شده است که به آن هسته می‌گویند:

هسته اول، ترمیم: این فعالیت شامل ترمیم آسیب‌ها و زیان‌های ناشی از اقدامات نادرست سازمانی بر سرمایه‌های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی محیط پیرامون است که می‌تواند فرصت‌های راهبردی زیادی را برای سازمان به همراه آورد.

هسته دوم، پیشگیری: این هسته جامعه پیرامونی را از آسیب و زیان ناشی از فعالیت‌های سازمان محافظت می‌کند. برای نمونه، استفاده کمتر از منابع تجدیدناپذیر و کاهش فعالیت‌های آلوده کننده.

هسته سوم، گسترش: این فعالیت، شامل شناسایی اقداماتی است که توان سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را افزایش داده و خلق و بسط موقعیت‌های جدید در سازمان تمرکز دارد.

هسته چهارم، یکپارچگی: این فرایند شامل توانایی مواجهه، ترکیب و ایجاد همگرایی بین دیدگاه‌ها، ایدئولوژی‌های مختلف، متکثر و حتی متعارض است.

هسته پنجم، احیا: این برنامه شامل مجموعه اقدامات و وظایفی است که با هدف تجدید و احیای فلسفه وجودی سازمان به معرفی مفاهیم، اصول و ارتباطات جدید سازمانی می‌پردازد که به خلق هویتی نو از سازمان با ارزش‌های جدید می‌انجامد. ارزش‌هایی مانند نوع دوستی، دوستداری محیط‌زیست و توسعه جامعه محلی از این جمله‌اند.

هسته ششم، خوشه‌بندی: این فعالیت، مجموعه اقداماتی برای خلق قابلیت‌های همکاری مطلوب سازمانی است؛ به طوری که شبکه همکاری هم در زنجیره ارزش عمودی (بین تأمین‌کنندگان-مشتریان) و هم در زنجیره ارزش افقی (بین سازمان‌هایی که محصولات یا خدماتی مشابه یا مکمل با سازمان ارائه می‌دهند) به وجود آید. این فعالیت می‌تواند فرصت‌های بسیاری ناشی از منابع و امکانات مشترک و ارتباطات خوشه‌ای خلق کند.

هسته هفتم، ارزش‌گذاری: این فعالیت ارزش‌گذاری را فراتر از حوزه مالی و پولی ارزیابی می‌کند. شاید سودآوری مهم باشد اما حوزه‌های مهم دیگری هم در سازمان وجود دارند که نیازمند توجه و ارزش‌دهی‌اند مثل پایداری سودآوری که اهمیت آن در گرو ممانعت از بروز نقصان در پایداری سازمانی است. (شافعی و احمدی، ۱۳۹۲)

۱۰-۷-۳- مدل پهلوی به پهلوی

این مدل، اصول محرک رفتار مسئولانه، فرایندهای پاسخگویی و نتایج عملکرد اجتماعی را بررسی می‌کند. براساس این مدل، رویکرد مسئولیت‌پذیری مطلوب آن است که به سه بعد توجه کند. این سه بعد شامل: اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، فرایند پاسخگویی اجتماعی و نتایج رفتار شرکت است.

طبق مدل پهلوی به پهلوی، شرکت باید به اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سه سطح مؤسسه‌ای، سازمانی و فردی توجه کند که توجه به این ابعاد سه نوع نتیجه را در بر خواهد داشت. برای نمونه، رعایت اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در سطح مؤسسه‌ای، از سوی محیط شرکت ارزیابی خواهد شد و نتیجه ارزیابی، تأثیرگذاری بر جامعه اطراف شرکت خواهد بود و این اثرات می‌تواند منفی یا مثبت باشند. (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷؛ ۱۶۶)

نمودار شماره ۸: رویکرد مسئولیت‌پذیری مطلوب بر اساس مدل پهلوی به پهلوی



۱۱-۷-۳- مدل مقیاس رنگین کمان

این مدل به مثابه رویکرد راهبردی برای ارزیابی ارزش‌های چند بعدی؛ و نوعی نظام گزارش‌دهی در هفت محور مهم؛ حیاتی و کلیدی سازمان است. رنگهای مدل رنگین کمان به قرار زیر است:

رنگ قرمز، حوزه اقتصادی؛ این بعد که اولین جنبه هر سازمان و نشان دهنده سلامت آن نیز هست؛ مسائلی مثل سود و منفعت، حقوق و مزایا، هزینه‌ها و مصارف را شامل می‌شود.

رنگ نارنجی، سرمایه ارتباطی؛ این بعد، دومین جنبه از مدل و بیانگر ترکیب همه روابط واقعی و بالقوه سازمان است که می‌تواند شبکه ارتباطی با مشتریان یا شهروندان، تأمین‌کنندگان دیگر ذینفعان را شامل شود.

رنگ زرد، فرهنگ سازمانی؛ این بعد، سومین جنبه از مدل و بیانگر مجموعه‌ای تعریف شده از مفروضات و اصول مشترک در سازمان است. فرهنگ سازمانی قابلیت هدایت، حمایت و ایجاد انگیزش در سازمان را دارد. در این بعد میزان سازگاری و انطباق تصمیمات راهبردی، رفتار مدیریت و روابط داخلی- خارجی در سازمان با فرهنگ، تعهدات اخلاقی و شفافیت مورد توجه است.

رنگ سبز، کیفیت زیست محیطی و اجتماعی؛ این بعد، چهارمین جنبه از مدل و بیانگر اقداماتی است که به وسیله آن سازمان به مؤلفه‌هایی مثل رفاه جامعه محلی، ارتباط بهتر با محیط‌زیست، بررسی آثار زیست محیطی و خلق سرمایه اجتماعی می‌پردازد.

رنگ آبی، سرمایه انسانی و اجتماعات کاری: پنجمین جنبه از مدل و بیانگر هماهنگ‌سازی و تقویت سرمایه‌های انسانی و جوامع کاری است، به طوری که کیفیت تیم‌سازی و گروه‌های کاری را نشان می‌دهد. این امر نه تنها بر کارایی فرایندها، بلکه بر محتوای فرایندها هم مؤثر است.

رنگ نیلی، سرمایه فکری: ششمین جنبه از مدل و بیانگر میزان توجه، توسعه و بهبود فرایندهای تربیتی، آموزشی و نوآوری است. این بعد، رابطه زیادی با میزان بهره‌مندی از استعداد‌های سازمانی دارد. همچنین، در برگیرنده خلق و تسهیم دانش، شبکه‌های ارتباطی کاری همراه با آزادی عمل، آموزش و یادگیری است.

رنگ بنفش، ارتباطات: این بعد، هفتمین جنبه از مدل و بیانگر سطح و کیفیت ارتباطات داخلی و خارجی سازمان است و اشاره به نوع، میزان و فراوانی گفت‌وگوهای داخلی، ارتباطات خارجی و مشارکت کارکنان و دیگر ذینفعان در تداوم حیات سازمانی دارد. (شافعی و احمدی، ۱۳۹۲)

۱۲-۷-۳- مدل ستاره‌ای

این مدل، دیدگاه نظری مفید دیگری را ارائه می‌کند و می‌تواند به روشن ساختن ویژگی‌های شرکت‌ها در ارتباط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمک کند. این چارچوب به درک مجدد ماهیت بنگاه، تشویق برای در نظر گرفتن ذینفعان خارجی جدید (به غیر از سهامداران سنتی، مشتریان، کارکنان و تأمین‌کنندگان) و مشروعیت‌بخشی به شکل‌های جدید درک مدیریتی کمک می‌کند. براساس این مدل، مدیریت باید همزمان به شش گروه از ذینفعان توجه کند.

این گروه‌های شامل سهامداران، جامعه، محیط شرکت، کارمندان، تأمین‌کنندگان و مشتریان هستند. (ما، ۲۰۱۲)

نمودار شماره ۹: مدل ستاره‌ای در مسئولیت‌پذیری اجتماعی



۱۳-۷-۳- مدل هماهنگی

در مدل هماهنگی، دو بُعد مرتبط برای تجزیه و تحلیل مسئولیت‌پذیری اجتماعی یعنی بُعد انگیزش (راهبردی در برابر نوع دوستانه) و کانون مسئولیت (شرکتی در برابر فردی) وجود دارد. بُعد انگیزش راهبردی، به دنبال تطبیق دادن منافع شرکت و منافع مدیریت شرکت با منافع جامعه است، در حالی که بُعد انگیزش نوع دوستانه، انسانی یا بشردوستانه است و شامل انجام اقدامات داوطلبانه صرف نظر از کسب منافع مالی یا غیرمالی توسط شرکت است. بُعد کانون شرکتی مسئولیت، مسئولیت را مربوط به اقدامات اجتماعی می‌داند و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به کل اعضای شرکت محول می‌کند. در حالی که بُعد کانون فردی مسئولیت توجه خود را به نقش مدیران فردی به‌عنوان قهرمانان مسئولیت‌پذیری اجتماعی معطوف و نظارت و نفوذ را به دنبال مداخلات اجتماعی خاص اعمال می‌کند. براساس این بُعد، مدیران شرکت مسئول انجام اقدامات اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند نه کل اعضای شرکت. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۶۸)

۱۴-۷-۳- مدل مشتری محور کلایدون

در سال ۲۰۱۱، کلایدون، مدل جدیدی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را مطرح نمود و آن را مسئولیت‌پذیری مشتری محور نامید. براساس این مدل برای اینکه اهداف سودآوری تحقق یابد، باید به تقاضای مصرف‌کنندگان در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی پاسخ داده شود. در این صورت، شرکت ضمن سودآوری، در رفتارهای مسئولانه اجتماعی و زیست محیطی مشارکت می‌کند، به دلیل تعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به شهرت و اعتبار بالایی در فضای عمومی دست می‌یابد و محدوده مشتریان خود را گسترش می‌دهد که به معنای افزایش تعداد متقاضیان مسئولیت‌پذیری اجتماعی است و بنابراین، پایبندی بیشتری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی پیدا می‌کند. این امر به جذب مشتریان بیشتر و در پی آن، سودآوری افزون‌تر می‌انجامد و این چرخه به‌صورت پیوسته ادامه می‌یابد. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۶۹)

نمودار شماره ۱۰: مدل مشتری محور کلایدون در مسئولیت‌پذیری اجتماعی



۱۵-۷-۳- مدل دی.ان. ای مسئولیت پذیری اجتماعی و پایداری شرکتی ۲/۰

ویسر (۲۰۱۴) مدل جدیدی را برای مسئولیت‌پذیری و پایداری شرکتی ۲/۰ (که آن را مسئولیت اجتماعی رادیکال، سیستمی یا کل‌گرا نیز می‌نامد) پیشنهاد داده است. این مدل با مدل‌های قبلی تفاوت چندانی ندارد، اما دانش موجود در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را یکپارچه می‌کند.

این مدل دارای چهار ستون مسئولیت و نشان‌دهنده چهار ستون نیتروژنی دی.ان. ای (آدنین، سیتوزین، گوانین و تیمین) است. براساس این مدل، چهارستون مسئولیت، خلق ارزش، حاکمیت خوب، مشارکت اجتماعی و درستکاری زیست محیطی هستند. هر یک از این پایه‌ها، دارای هدف اولیه و هر هدف به نوبه خود دارای شاخص‌هایی کلیدی است (شاه حسینی و عربلویی مقدم، ۱۳۹۵) اهداف و شاخص‌های کلیدی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول شماره ۹: مدل دی.ان. ای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پایداری شرکتی ۲/۰

کد دی.ان. ای	اهداف راهبردی	شاخص‌های کلیدی
خلق ارزش	توسعه اقتصادی	سرمایه‌گذاری (سرمایه مالی، تولیدی، اجتماعی، انسانی و طبیعی) محصولات فایده‌مند (محصولات و خدمات پایدار و مسئولانه) کسب و کار فراگیر (توزیع ثروت، بازارهای مربوط به قاعده هرم)
حاکمیت خوب	اثربخشی نهادی	رهبری (تعهد راهبردی به مسئولیت و پایداری) شفافیت (گزارش در زمینه پایداری و مسئولیت، پرداخت‌های حکومتی) اقدامات اخلاقی (جلوگیری از فساد و احترام به ارزش‌ها در کسب و کار)
مشارکت اجتماعی	جهت‌گیری به سمت ذینفعان	نوع‌دوستی (کمک به امور خیریه، تأمین خدمات و محصولات عمومی) اقدامات منصفانه کاری (شرایط کار، حقوق کارکنان، سلامت و ایمنی) درستکاری در زنجیره تأمین (توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط، استانداردهای کاری و زیست محیطی)
دستکاری زیست محیطی	زیست‌بوم‌های پایدار	حفاظت از محیط زیست (حفاظت از تنوع زیستی و احیای زیست بوم) منابع تجدیدپذیر (رسیدگی به تغییرات آب و هوایی، مواد و انرژی‌های تجدیدپذیر) عدم تولید پسماندها (حذف پسماندها)

هدف از خلق ارزش، توسعه اقتصادی است و تنها به معنای خلق سودآوری نیست. منظور از توسعه اقتصادی به معنای مشارکت در تولید ثروت برای سهامداران و مدیران اجرایی و همین‌طور ارتقای کلان اقتصادی است و شامل سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، اشتغال‌زایی، توسعه مهارت‌ها و... می‌شود. حاکمیت خوب، حوزه دیگری است که هر چند جدید نیست، اما توجه مناسبی به آن نشده و در چرخه‌های مسئولیت اجتماعی مدنظر قرار نگرفته است. اثربخشی نهادی، هدفی است که به اندازه آرمان‌های زیست محیطی و اجتماعی با اهمیت و متعالی است، چون در صورت عدم موفقیت نهادها، یا عدم شفافیت و عدم انصاف آن‌ها، تمام چیزهای دیگری که مسئولیت اجتماعی در پی دستیابی به آن‌ها است، از بین خواهد رفت. مشارکت اجتماعی، حوزه‌ای است که به صورت سنتی مورد توجه قرار گرفته است. همین امر موجب شده تا نوع‌دوستی، موقعیت مناسبی در مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشد. در نهایت، درست‌کاری زیست محیطی از کاهش خسارت‌ها فراتر رفته و حفظ و ارتقای پایداری زیست محیطی را به‌عنوان هدف مورد توجه قرار می‌دهد. (رحیمیان و کاظم پور، ۱۳۹۷؛ ۱۷۱)

در ایران مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، برای شرکت‌ها در قالب مفاهیمی چون وقف و وام‌های قرض الحسنه و ... نمود یافته است، البته وقف به‌عنوان سنت ملی اسلامی، عمدتاً محدود به ساخت مدرسه و یا مسجد بوده است و تجار و صاحبان صنایع در ساخت و تأمین هزینه‌های این اماکن مشارکت داشته‌اند. بسیاری از صاحبان سرمایه در ارتباط بسیار نزدیکی با کارکنان خود بوده‌اند. بسیاری از صاحبان شرکت‌ها و تجار براساس باورهای مذهبی و اخلاقی عمدتاً مسئولیت و نقش اجتماعی خویش در قالب‌های نیکوکارانه و مذهبی از قبیل کمک در زمان بیماری، ازدواج و تهیه مسکن ایفا می‌کردند.

با توجه به اینکه فضای صنعتی در ایران در دهه اول سال‌های ۱۳۰۰ به آرامی شکل گرفت، تعداد کارگران صنعتی در اندازه‌های بزرگی نبود و اغلب صاحبان صنایع، با افراد جامعه خود و کارکنان خود دارای روابط اجتماعی گسترده‌ای بودند و نقش پررنگ مذهب و سنت، باعث می‌گردید مشارکت‌های اجتماعی گسترده‌ای داشته باشند. رشد بخش خصوصی و بازار سرمایه کشور در چند سال اخیر سبب گردید شرکت‌ها دارای مجموعه‌ای از ضوابط کاری اخلاقی و اجتماعی (Code of Ethics) شوند و مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های ایرانی نهادینه شود. تا شرکت‌های پایداری داشته باشیم. به همین دلیل مسئولیت اجتماعی یک وظیفه برای شرکت‌هاست و نباید به خاطر انجام این وظیفه، برتری یا امتیازی برای شرکت‌ها در نظر گرفت. لیکن ساختار اقتصادی صنعتی حاکم بر فضای اقتصادی-سیاسی ایران به گونه‌ای است که شرکت‌ها، انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را علاوه بر این که هزینه به حساب می‌آورند، آن را باعث جا ماندن از فضای رقابتی می‌دانند.

شدت یافتن فضای رقابتی باعث گردید برخی صاحبان صنایع و بسیاری از شرکت‌های برتر ایرانی به این مفهوم در فرآیندهای مدیریتی توجه کنند. اخذ گواهینامه‌های کیفیت زیست محیطی، گواهینامه‌های تعالی سازمانی و سرآمدی مفهوم مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، از دیگر نشانه‌های روی آوردن شرکت‌ها به سوی پذیرش مسئولیت اجتماعی است. دریافت این گواهینامه‌ها علاوه بر اینکه شرکت‌ها را به سمت بهره‌وری بیشتر سوق می‌دهد، برای شرکت‌ها مزیت رقابتی نیز ایجاد می‌نماید. شاید نیاز صنعتگران ایرانی به پیدا کردن شریک خارجی یکی از دلایل عمده حرکت صنایع به سمت مفهوم امروزی و مدرن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باشند که می‌توان آن را در قالب گواهینامه‌های EFQM و تعالی سازمانی دید.

بطور کلی شرکت‌های ایرانی را می‌توان در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی به ۴ دسته مسئولیت‌ناپذیر و غیرقانونی، حداقل مسئولیت، ناقص، راهبردی تقسیم نمود. اغلب شرکت‌ها در یکی از این مقولات جای می‌گیرند به‌طور مختصر هر سطح دارای این ویژگی‌ها است.

دسته اول: مسئولیت ناپذیر

شرکت‌هایی که از قانون و رسوم متعارف و استانداردهای عموماً پذیرفته شده اصلاً تبعیت نمی‌کنند و به کار قاچاق کالا، مبادرت می‌ورزند و یا در صدد استثمار کارگران مهاجر هستند و اغلب از ضوابط قانونی مانند سلامتی و ایمنی، دستمزد، ساعات کار، تخطی می‌کنند، در این دسته جای می‌گیرند.

دسته دوم: دارای حداقل مسئولیت

این دسته از شرکت‌ها از قوانینی چون: ایمنی تولید، حداقل دستمزدها، فرصت‌های استخدام برابر، سلامتی کارگران، و ... تا حدودی سرپیچی می‌کنند و در صورتی که اجبار و الزام قوانین دولتی نباشد، این موارد را نه تنها رعایت نمی‌کنند بلکه رعایت این قوانین را هزینه‌ای اضافی برای خود می‌بینند.

دسته سوم: ناقص

این دسته از شرکت‌ها به‌طور علنی با قوانین دولتی مخاصمه ندارند و در تعداد محدودی از فعالیت‌های مربوط به حوزه مسئولیت اجتماعی مشارکت دارند. برای مثال فعالیت این دسته از شرکت‌ها بصورت کمک به موسسات خیریه، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، تاسیس مرکز نگهداری روزانه برای کودکان کارکنان، ارتقاء کیفیت محصولات و اخذ گواهینامه ایزو ۹۰۰۰ می‌باشد. مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای این شرکت‌ها بیشتر از آنکه یک استراتژی بلندمدت باشد، یک امر ناقص و موقتی است. آنها هیچ وقت به شیوه‌ای منسجم اقدام نمی‌کنند. علاوه بر این‌ها، تعهد اجتماعی این شرکت‌ها بسیار کم، تدریجی و غالباً ناشی از انگیزه‌های سودمحور هستند؛ مثلاً هنگامی که به‌منظور ارتقای مهارت کارگران حقوق‌ها را افزایش می‌دهند. عمده شرکت‌های برتر ایرانی در این دسته جای می‌گیرند.

دسته چهارم؛ راهبردی

این شرکت‌ها موضع‌گیری نظام‌مند در حوزه‌های متنوع برای عملکرد برتر دارند. انگیزه آن‌ها راهبردی و یا ابزاری است. به این معنی که آن‌ها مشخصاً حوزه‌هایی را که معتقدند باعث افزایش عملکرد مالی شرکت می‌شود تحت پوشش قرار می‌دهند. برای مثال به مدیریت منابع انسانی، پاسخگویی به مشتریان، کیفیت محصول یا خدمات و اخذ گواهینامه ایزو ۹۰۰۰ یا TQM (گواهینامه تعالی سازمانی) می‌پردازند. به این ترتیب شرکت در فرایندها و ساختارهای خود ملزم به رعایت مسئولیت اجتماعی می‌شود و می‌تواند شرکای قوی‌تری جذب کند.

این شرکت‌ها اغلب دارای خط مشی‌های اخلاقی قوی هستند. آن‌ها در جستجوی راه‌های سازگاری با محیط‌زیست از طریق برنامه‌هایی چون ایزو ۱۴۰۰۰، برنامه‌های بازیافت، ایجاد راهکارهایی برای استفاده از ضایعات و توسعه بیشتر محصولات سبز می‌باشند. همکاری با محیط اجتماعی معمولاً یکی دیگر از اهداف این شرکت‌ها می‌باشد.

اواخر سال ۱۳۹۶ پس از زلزله سر پل ذهاب در کرمانشاه یکی از بانک‌ها تصمیم گرفت تا هزینه سررسیده‌های نوروزی خود را به زلزله‌زدگان این منطقه اهدا نماید. در پی همین فاجعه دردناک یکی از شرکت‌های پست در ایران اعلام کرد که تمامی محموله‌های پستی کمک به مردم زلزله‌زده را به‌طور رایگان به مقصد سر پل ذهاب انتقال می‌دهد.

۹-۳- شرکت‌های برتر ایرانی در حوزه مسئولیت اجتماعی

۱-۹-۳- مسئولیت اجتماعی در وزارت نفت

مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیتی بزرگ است که شرکت در قبال اثرات خود بر جامعه و محیط طبیعی برعهده دارد. به باور ما، مسئولیت‌پذیری اجتماعی یک تعهد است:

تعهد در قبال حفظ محیط زیست

تعهد در قبال امور کارکنان

تعهد در قبال توجه به تأمین نیازهای کارکنان

تعهد در قبال عدم تولید محصولات زیان‌آور در محیط

تعهد در قبال اختصاص منابع مالی در مسیر توسعه پایدار

تعهد در قبال نپرداختن به فعالیت‌های زیان‌آور

و تعهد در قبال اصول بنیادین انسانیت و پاسخگویی در قبال آنها

۲-۹-۳- مسئولیت اجتماعی در گروه مپنا

تعهد به جامعه و محیط زیست، مفهومی چندوجهی در گروه مپناست. ما در جایگاه یک مجموعه صنعتی پیشرو، همواره در توسعه کسب و کار به مسئولیت‌های اجتماعی مان توجه داشته‌ایم. ارتقای مقولات سلامت، ایمنی و محیط زیست (HSE (Health, Security, Environment) مورد تأکید همیشگی مدیران اجرایی ما بوده و در سراسر گروه مپنا، در تمامی دفاتر کاری، شرکت‌ها، کارخانجات و سایت‌های اجرای پروژه اهمیت ویژه‌ای داشته است. این امر ریشه در اهمیت حفظ سلامت منابع انسانی به طور عام و حراست از منابع دخیل در کسب و کار مپنا به طور ویژه و نیز اهمیت حفاظت از محیط زیست دارد.

منشور مسئولیت اجتماعی در مپنا:

از آنجا که مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که یک سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت از آنها و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد و با توجه به اهمیت این حوزه تأثیرگذار بر کسب و کار سازمان، مپنا نیز منشوری چندوجهی برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود تدوین کرده است. بر این اساس، سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی مانند راه‌اندازی نیروگاه‌های بادی، تولید همزمان برق و آب شیرین، تبدیل پروژه‌های نیروگاهی حرارتی به سیکل ترکیبی در دستور کار مپنا قرار دارد.

تولید همزمان برق و آب شیرین در جزیره قشم و ایجاد زنجیره تولید آن در همان منطقه، احداث نیروگاه بادی کهک در منطقه تاکستان، ثبت نخستین پروژه CDM (Clean Development Mechanism) گروه مپنا در سازمان ملل متحد با ایجاد نیروگاه سیکل ترکیبی گناوه از مهم‌ترین اقدامات گروه مپنا در مسیر ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود بوده است. در سال‌های گذشته، وزارت نیرو نیروگاه سیکل ترکیبی شیروان، ساندج و جهرم را به عنوان تنها پروژه‌های نیروگاهی کشور که در هیات اجرایی مکانیزم توسعه پاک (CDM) به ثبت رسیده‌اند، معرفی کرده است.

توجه به ذینفعان کل گروه، بررسی و درک نیازها و انتظارات آنها و همچنین پاسخگویی معقول و متناسب به این نیازها، یکی از منشورهای اصلی مپنا در حوزه ایفای مسئولیت اجتماعی است.

۳-۹-۲- مسئولیت اجتماعی در بانک آینده

بنگاه‌های سرآمد به عنوان سازمان‌هایی پاسخگو، برای شفافیت و پاسخ‌گویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان، روشی بسیار اخلاقی در پیش می‌گیرند. این بنگاه‌ها، حساسیت و توجهی ویژه به پاسخ‌گویی اجتماعی و حفظ ثبات زیست بوم سازمان در حال و آینده را داشته و این دیدگاه را ترویج می‌کنند. مسئولیت اجتماعی شرکتی، در ارزش‌های این بنگاه‌ها، بیان شده است. آنان از طریق مراوده باز با ذینفعان، انتظارات و مقررات محلی و جهانی را درک و رعایت کرده و حتی از آن نیز فراتر می‌روند.

بانک آینده، علاوه بر ایفای مسئولیت‌های تعریف شده؛ مشارکت در حل مسائل مختلف جامعه در چارچوب رعایت اصل مسئولیت اجتماعی شرکتی را در دستور کار خود قرار داده است. لذا تعریف و اجرای برنامه‌ها در حوزه‌های: آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان، سلامت فردی و اجتماعی، توسعه فرهنگی، حفظ محیط زیست، مدیریت مصرف انرژی و هم چنین حمایت از طرح‌های کاهش مصرف انرژی را به عنوان اولویت سازمانی خود برگزیده است.

۳-۹-۴- مسئولیت اجتماعی در بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد در جایگاه «سرآمدترین سازمان خدماتی ایران» به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود می‌پردازد و آن را در حکم عمل صالح دانسته و همواره راهبردها و برنامه‌های عملیاتی خود را در این چارچوب تنظیم کرده است. بیانیه ماموریت بانک پاسارگاد؛ «با اتکا به سرمایه انسانی کارآمد، متخصص و خلاق و نیز فرهنگ و ارزش‌های بنیادین غنی پاسارگادی، با در نظر گرفتن نیازهای حال و آتی ذینفعان ضمن تاکید بر بانکداری سبز و مسئولیت‌های اجتماعی خود برای کلیه ذینفعان به ویژه سهامداران و مشتریان خلق ارزش می‌نماید. بانک پاسارگاد از شعار «حق با مشتری است» عبور کرده و به باور «مشتری ذات بانک است» عینیت می‌بخشد و تلاش می‌کند ضمن توسعه پایدار بانک در ابعاد ملی و بین‌المللی، در رشد و شکوفایی اقتصادی کشور مشارکت شایسته و موثری داشته باشد».

جدول شماره ۱۰: خلاصه‌ای از اقدامات بانک پاسارگاد در راستای مسئولیت‌های اجتماعی

مشتریان	سهامداران	شرکای تجاری و تأمین‌کنندگان	همکاران	جامعه	شفافیت و امنیت	جنبه‌های حفاظت از محیط زیست
فراهم آوردن زمینه مناسب برای حداکثرسازی تجربه مشتریان	ایجاد چارچوب جامع حاکمیت شرکتی	جستجوی شرکای توانمند در جهت تقویت خلق ارزش برای ذینفعان	سیاست‌های سرمایه انسانی	حمایت و پشتیبانی از اجرای طرح‌های عمرانی بزرگ و ملی از جمله تأمین مالی طرح‌های عمرانی بزرگ ملی و حمایت از تولید و خودکفایی اقتصادی	مدیریت ریسک	استقرار سیستم بانکداری مدرن
فرآیندها و کانال‌های مناسب ارتباطی	رعایت حقوق صاحبان سهام	ایجاد رابطه پایدار با شرکاء و تأمین‌کنندگان	سیاستها و شیوه‌های اجرایی ضد تبعیض	فعالیت‌های اقتصادی و عمرانی انجام شده از طریق شرکت‌های گروه مالی و اقتصادی بانک پاسارگاد	فرآیند حاکمیت سازمان و پاسخگویی به ذینفعان	استفاده بهینه از مواد طبیعی، مواد خام و انرژی
دسترسی آسان و مطمئن مشتریان به خدمات بانکی	کانال‌های ارتباطی با سهامداران	توسعه شبکه‌های گسترده‌ای از شرکاء و تأمین‌کنندگان ایجاد هم‌افزایی و اشتراک دانش میان آن‌ها	توسعه مهارت و شایستگی همکاران		بازرسی و حسابرسی داخلی	پروژه آزمایشی استفاده از انرژی خورشیدی با استفاده از نصب صفحات فتوولتائیک
اندازه‌گیری مستمر رضایت مشتریان	تحلیل گران بیرونی مانند موسسات حسابرسی		سیاست‌های حقوق و دستمزد		سیاست ارتباطات و افشای اطلاعات	مدیریت سبد فناوری با توجه به پایداری زیست محیطی

۵-۹-۳- مسئولیت اجتماعی در ایمیدرو

مجموعه اقدامات ایمیدرو و واحدهای تابعه در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی اعلام شد. این اقدامات با هدف توجه به محیط اجتماعی مناطق معدنی و صنایع معدنی، رعایت اخلاق حرفه‌ای کار، امور زیست محیطی، اقتصادی و انجام امور خیریه، انجام شده است.

۱۰-۳- پیشنهاد مطالعات خارج از کشور

بر اساس گزارش مجله فوربس ده شرکت برتر در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۶، به ترتیب عبارتند از: شرکت مایکروسافت، شرکت گوگل، شرکت والت دیزنی، شرکت ب.ام.و، شرکت اپل، شرکت دایملر، فولکس واگن، سونی، کولگیت پالمولیو و گروه لگو.

به‌طور مثال شرکت مایکروسافت معتقد است شرکت ماموریت دارد به هر فرد و هر سازمان بر روی زمین جهت به دست آوردن بیشتر، قدرت بخشد. شرکت عمیقاً دقت می‌کند در راستای تحقق ماموریت خود چه اثراتی بر جهان و اجتماع برجای می‌گذارد. مسئولیت‌های اجتماعی شرکت مایکروسافت در سه حوزه اصول، مردم و زمین می‌باشد.

جدول شماره ۱۱: خلاصه اقدام‌های شرکت مایکروسافت در راستای مسئولیت‌های اجتماعی (نمونه خارجی)

اصول (principle)	مردم (people)	زمین (planet)
حقوق بشر	قدرت بخشیدن به کارکنان آموزش و توسعه سلامت شغلی و امنیت	تعهدات محیطی
محرمانگی و امنیت اطلاعات	در دسترس بودن	گزارش انرژی و آب و هوا
حاکمیت شرکتی و اخلاقیات	قدرت بخشیدن به جامعه	گزارش انزال و آب
الزام به سیاست عمومی	-	گزارش همکاری و تولیدات

در نمونه خارجی مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) می‌توانیم باشگاه بارسلونا را مثال بزنیم که در بازی پرمخاطب ال کلاسیکو، یونیسف تصمیم به درج شعاری بر روی آستین بازیکنان بارسلونا با عنوان، «مثل یک حرفه‌ای غذا بخور» کرد که در مبارزه با معضل چاقی مفرط کودکان صورت گرفت.

بخش چهارم:

ارزیابی استانداردها و نظام‌های کیفیت مسئولیت اجتماعی

۱-۴- استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰

استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ حرکت در مسیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی به عنوان عامل پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان، عاملی ضروری و حیاتی جهت تداوم فعالیت و بقای سازمان‌ها در بلندمدت می‌باشد (خوش‌طینت و قانون، ۱۳۸۵) بدین صورت که، سازمان‌های سرآمد به عنوان سازمان‌های پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان، تعهد به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش‌های خویش ابراز داشته و اطمینان حاصل می‌کنند که این تعهدات در سراسر سازمان جاری می‌شوند و به این ترتیب مسئولیت پذیری اجتماعی برای آنان مزایای دوجانبه‌ای خواهد داشت، به طوری که هم سازمان از رویکرد اخلاقی تر و منسجم‌تر خود نفع می‌برد و هم جامعه و طرف‌های ذینفع نیز نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت و در واقع، منافع کلیه ذینفعان و به طور کلی اجتماع و محیط زیست، در سیاست و عملکرد سازمانها منعکس می‌گردد (خوش‌طینت و قانون، ۱۳۸۲)

در این استاندارد تاکید شده است که در راه اندازی کسب و کار باید شیوه‌ای در پیش گرفته شود که با انتظارات اخلاقی نیز هماهنگ باشد و تصمیم‌سازی شرکت‌ها باید با توجه به ارزش‌های اخلاقی، احترام به قانون، مردم و محیط انجام گیرد،

همچنی در این در این استاندارد فرایند تولید و عرضه محصولات و خدمات به اندازه خود محصولات اهمیت دارد و اگر تولید کننده فقط به قانون اکتفا کند، ممکن است نتواند رضایت مصرف کننده را جلب کند اهداف و موضوعاتی است که استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ مسئولیت اجتماعی آن را مورد توجه قرار می‌دهد عبارتند از؛



❖ کمک به سازمان‌ها در جهت ایفای نقش مسئولیت اجتماعی

❖ تامین راهنمایی‌های عملی در زمینه اجرایی کردن این مسئولیت

❖ شناسایی و درگیر کردن گروه‌های ذی نفع

❖ افزایش اعتبار گزارشات مربوط به این استاندارد

❖ تاکید بر نتایج عملکرد و ارتقاء افزایش رضایت و اطمینان مشتری

❖ ارتقای واژه‌شناسی در زمینه مسئولیت اجتماعی

❖ همراه شدن با سایر مدارک و استانداردهای بین‌المللی

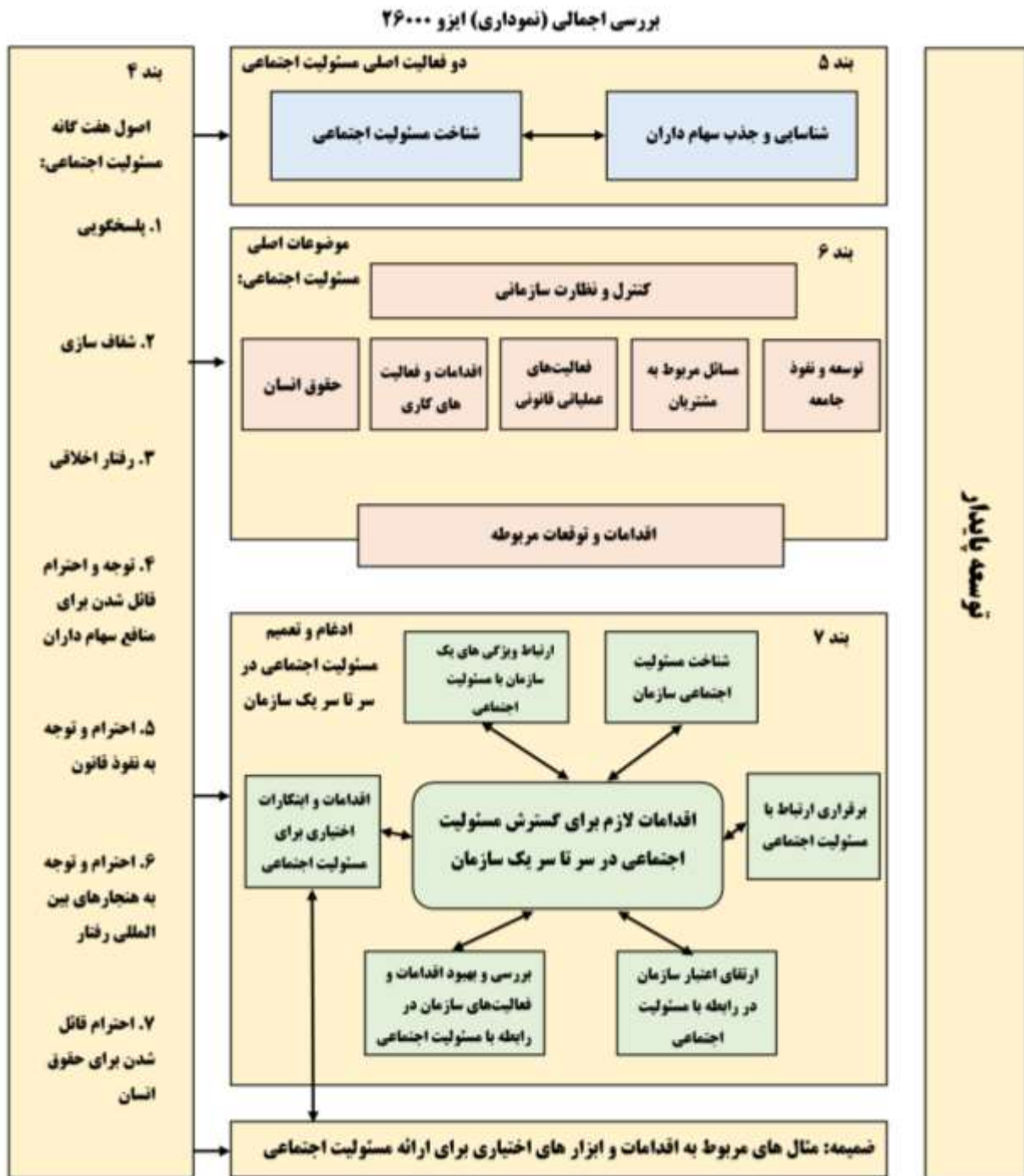
۱-۴- اصول هفتگانه مسئولیت اجتماعی براساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰

۱. پاسخگویی
۲. شفافیت
۳. رفتار اخلاقی
۴. احترام به منافع و علایق ذینفعان
۵. احترام به اجرای قانون
۶. احترام به هنجارهای رفتاری بین‌المللی
۷. احترام به حقوق بشر

۲-۱-۴- مهم‌ترین اصول استقرار ایزوی مذکور برای سازمان‌ها

۱. کمک به سازمان‌ها در جهت ایفای نقش مسئولیت اجتماعی آن‌ها؛
۲. تأمین راهنماهای عملی در جهت مسئولیت اجتماعی؛
۳. اجرایی نمودن مسئولیت اجتماعی؛
۴. شناسایی و درگیر نمودن گروه‌های ذینفع؛
۵. افزایش اعتبار گزارش‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛
۶. تأکید بر نتایج عملکرد و ارتقا؛
۷. ترویج اصطلاحات عمومی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛
۸. کاهش تضادها و افزایش هماهنگی بین‌المللی از طریق تشکیل کمیسیون‌های و مجامع گوناگون؛
۹. تأکید بر بهبودها و نتایج عملکرد؛
۱۰. همراه شدن با سایر مدارک و استانداردهای بین‌المللی؛
۱۱. ارتقای واژه‌شناسی رایج در گزارشگری اجتماعی؛
۱۲. افزایش رضایت و اطمینان مشتری (<https://agiso.ir>)

نمودار شماره ۱۱: بررسی اجمالی ایزو ۲۶۰۰۰



۲-۴- گزارش دهی پایداری GRI

مسئولیت اجتماعی شرکتی یا سازمانی (CSR) از استاندارد موسوم به استاندارد ۲۶۰۰۰ برخوردار است که در تدوین شاخص های آن کارشناسانی از بیش از ۹۰ کشور و ۴۰ سازمان جهانی یا منطقه ای بزرگ مشارکت کرده و این شاخص ها را توسعه داده اند. چارچوب گزارش دهی یکپارچه ای نیز بر اساس این شاخص ها عرضه شده است که از آن به عنوان «Global Reporting Initiative» یا اختصاراً GRI یاد می شود. در عین حال، GRI در قالب یک سازمان بین المللی نیز

ایجاد شده است. سازمانی است پیشرو در زمینه پایداری شرکتی که استفاده از گزارش‌دهی پایداری و مسئولیت اجتماعی را به عنوان روشی برای سازمان‌ها به منظور پایدارتر شدن و مشارکت بیشتر در توسعه پایدار ترویج می‌کند.

این سازمان همچنین، چارچوب‌های گزارش‌دهی پایداری شرکتی را بطور تکاملی بهبود بخشیده و شاخص‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی موجود در آن را توسعه می‌دهد. در واقع، گزارش‌دهی پایداری، رویه اندازه‌گیری، اطلاع‌رسانی افشاگری و پاسخگویی به ذی‌نفعان داخلی و خارجی برای عملکرد سازمان در جهت اهداف توسعه پایدار است. چارچوب گزارش‌دهی GRI یک سیستم گزارش‌دهی است که شاخص‌ها و روش‌هایی برای اندازه‌گیری و گزارش‌دهی اثرات سازمان و عملکرد آن در حوزه‌های کلان اجتماعی، اقتصادی و محیط زیست را ارائه می‌دهد. سازمان GRI با تدارک این چارچوب گزارش‌دهی پایداری جامع که به طور گسترده در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌کوشد تا شفافیت سازمانی بیشتری را ایجاد کند. این چارچوب (که شامل راهنمای گزارش‌دهی پایداری)، است اصول و موارد افشاگری استاندارد ارائه می‌دهد که سازمان‌ها با کمک آن‌ها می‌توانند اثرات و عملکرد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی خود را گزارش کنند.

لذا یکی از ابزارهای مفید در حرکت به سوی مسئولیت اجتماعی، استفاده از گزارش‌دهی است. بر این اساس، شرکت‌ها در قالب سرفصل‌های متنوع اقدام به شرح فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی می‌کنند تا هم فعالیت‌های خود را مدون و بر اساس آن برنامه‌ریزی کنند و هم این تلاش‌ها را منتشر و به اطلاع عموم برسانند و بدین ترتیب مسئولیت اجتماعی را به صورت استراتژیک و هدفمند مدیریت کرده و آن را بر پایه پاسخگویی به تغییرات اجتماعی برنامه‌ریزی نمایند.

به طور کلی، یک گزارش پایداری، به انتشار اطلاعاتی در مورد اثرات مثبت و منفی سازمان بر سه محور تشکیل دهنده مفهوم توسعه پایدار، یعنی اقتصاد، محیط زیست و جامعه می‌پردازد و از این طریق سبب تقویت گفت‌وگو بین سازمان و ذی‌نفعان درونی و بیرونی و تاثیرگذاری بر ادراک آنها از سازمان می‌شود.

نگاهی به روندهای جهانی نشان می‌دهد که انتشار گزارش‌های پایداری توسط سازمان‌ها، شتاب بسیار زیادی گرفته است. انتشار این گزارش‌ها در برخی کشورها، حتی از الزامات قانونی به شمار می‌رود.

استانداردهای گزارش‌دهی پایداری GRI اولین استانداردهای جهانی برای گزارش‌دهی پایداری هستند. از زمان آغاز کار GRI در سال ۱۹۹۷ تا امروز ۹۳ درصد از بزرگترین شرکت‌های دنیا سالانه در مورد عملکرد پایداری خود گزارش می‌دهند.

گزارش‌دهی براساس استاندارد GRI به تقویت برند و شهرت شرکت‌ها از هر نوع و ابعادی کمک قابل ملاحظه‌ای دارد. گزارش GRI به سازمان‌ها و شرکت‌ها در سراسر جهان کمک می‌کند تا تاثیرات خود را بر مسائل مربوط به پایداری مانند محیط زیست، اقتصادی و رفاه اجتماعی را مشخص و مدیریت کنند.

نتایج یک نظرسنجی جدید از صاحب‌نظران و مدیران کسب‌وکارها نشان می‌دهد که طرح گزارش‌دهی جهانی (GRI) در میان سه چارچوب پایداری شناخته شده و پرکاربرد قرار دارد. دستورالعمل‌های GRI در این نظرسنجی در کنار CDP و شاخص پایداری داو جونز (DJSI) در میان سودمندترین چارچوب‌های گزارش‌دهی شناخته شد و ۵۰ درصد از پاسخ‌دهندگان، GRI را به عنوان معتبرترین و محبوب‌ترین استاندارد در میان شرکت‌ها و سازمان‌ها برگزیدند. در پاسخ به این سوال که این چارچوب‌ها تا چه حد برای کسب‌وکارها ارزش خلق می‌کنند، ۲۶ درصد گفتند GRI باعث ایجاد علاقه در مشتریان آنها شده یا بر انتخاب سازمان آنها به عنوان تامین‌کننده تاثیر مثبتی بر جا گذاشته است.

۱-۲-۴- اهداف گزارش‌دهی پایداری

گزارش‌های پایداری ممکن است برای اهداف زیر استفاده شوند:

۱. بهینه‌کاو و ارزیابی عملکرد پایداری با توجه به قوانین، هنجارها، کدها، استانداردهای عملکرد و ابتکارات داوطلبانه.
۲. نمایش اینکه چطور یک سازمان بر ذی‌نفعان تاثیر می‌گذارد و تحت تاثیر انتظارات در حوزه توسعه پایدار قرار می‌گیرد.
۳. مقایسه عملکرد در یک سازمان و بین سازمان‌های مختلف در طول زمان

۲-۲-۴- اصول گزارش‌دهی پایداری

گزارش‌دهی پایداری شرکت بر اصولی در راهنمای GRI پایه‌گذاری شده‌اند. اصول گزارش‌دهی برای دستیابی به شفافیت در گزارش‌دهی پایداری اساسی هستند و در نتیجه باید توسط تمامی سازمان‌ها در هنگام تهیه گزارش پایداری مورد استفاده قرار بگیرند. این اصول به دو گروه تقسیم می‌شوند: اصولی برای تعریف محتوای گزارش و اصولی برای تعریف کیفیت گزارش. اصول لازم برای تعریف محتوای گزارش مشخص می‌کنند که گزارش باید چه محتوایی را با در نظر گرفتن فعالیت‌ها، تاثیرات سازمان و انتظارات و علایق حقیقی ذی‌نفعانش پوشش دهد. این اصول عبارت است از؛

❖ جامعیت ذی‌نفعان

❖ زمینه پایداری

❖ اهمیت

❖ کامل بودن

اصول لازم برای تعریف کیفیت گزارش، مشخص می‌کنند که چه مواردی در گزارش‌دهی باید به‌منظور اطمینان از کیفیت اطلاعات گزارش و همچنین مناسب بودن آن برای ارائه رعایت شوند. کیفیت گزارش و اطلاعات آن از این جهت اهمیت دارد که ذی‌نفعان می‌توانند به وسیله آن ارزیابی مناسب و معقولی از عملکرد سازمان داشته و اقدامات مناسبی را اتخاذ می‌کنند. این اصول عبارت است از:

❖ تعادل

❖ داشتن قابلیت مقایسه

❖ دقت

❖ به موقع بودن

❖ شفافیت

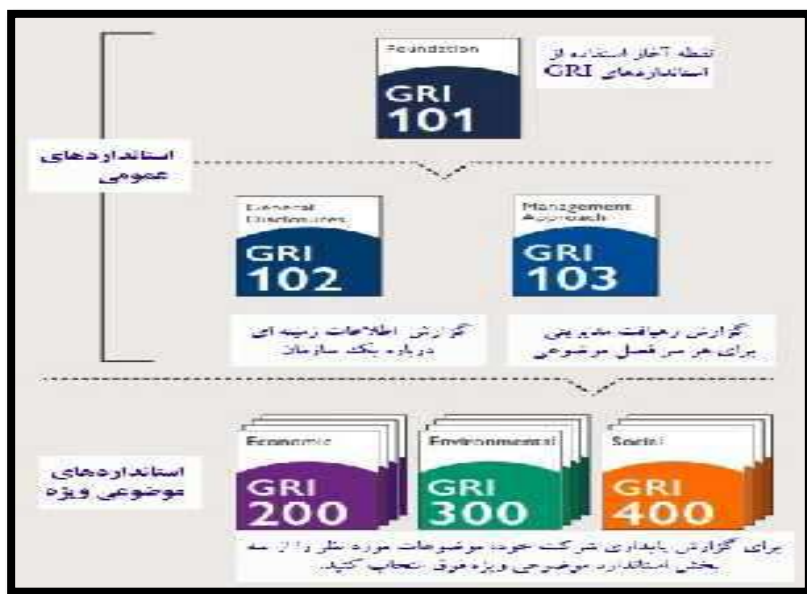
❖ قابلیت اعتماد

۳-۲-۴- چارچوب گزارش‌دهی پایداری

GRI یک چارچوب گزارش‌دهی پایداری جامعی ایجاد می‌کند که به‌طور گسترده در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد تا شفافیت سازمانی بیشتری را ایجاد کند. این چارچوب که شامل راهنمای گزارش‌دهی پایداری (راهنما) است اصول و موارد افشاجری استاندارد را ارائه می‌دهد که سازمان‌ها با کمک آنها می‌توانند اثرات و عملکرد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی خود را گزارش کنند.

در تقسیم بندی که توسط حوزه مشاور اجتماعی وزارت نفت تدوین و ابلاغ شده است استانداردهای گزارش‌دهی (GRI) یا به عبارتی گزارش پایداری شرکت در دو سرفصل و تحت عنوان سرفصل‌های عمومی و سرفصل‌های ویژه (شاخص‌های عملکردی) مورد بحث قرار گرفته است.

نمودار شماره ۱۲: تقسیم بندی حوزه مشاور اجتماعی وزارت نفت در خصوص گزارش پایداری شرکت



۱-۳-۲-۴- سرفصل‌های عمومی

این بخش به صورت عمومی در گزارش‌های پایداری تمام شرکت‌ها، سازمان‌ها قابل ارائه می‌باشد و حاوی اطلاعات عمومی درباره شرکت، سازمان بوده و دربرگیرنده موارد ذیل است:

- ❖ شناسنامه گزارش
- ❖ بیانیه مدیرعامل یا خط مشی شرکت/ سازمان در خصوص موضوع پایداری و مسئولیت اجتماعی
- ❖ معرفی شرکت
- ❖ موضوع‌های اساسی پایداری و محدوده آنها
- ❖ ذینفعان
- ❖ حاکمیت شرکت/ سازمان
- ❖ اخلاق حرفه‌ای

۴-۳-۲- سرفصل‌های ویژه (شاخص‌های عملکردی)

سرفصل‌های ویژه گزارش دهی در چارچوب اصلی GRI در برگیرنده سه بُعد مسئولیت اجتماعی است؛

❖ بُعد اقتصادی (GRI ۲۰۰)

❖ بُعد محیط زیستی (GRI ۳۰۰)

❖ بُعد اجتماعی (GRI ۴۰۰) (فضلی و انصاری ۱۳۹۷: ۱۱-۵)

۴-۳-۳- شاخص‌های عملکردی گزارش‌دهی پایداری از نظر معاونت امور مسئولیت اجتماعی وزارت نفت

اما از آنجا که رویکرد معاونت امور مسئولیت اجتماعی وزارت نفت توجه جدی به حوزه‌های کارکنان- مشتریان، جوامع محلی و محیط زیست می‌باشد، مهم‌ترین شاخص‌های مرتبط با این حوزه‌ها از ابعاد یادشده استخراج و به شرح زیر ارائه گردیده است. (فضلی و انصاری ۱۳۹۷: ۱۱)

۴-۳-۳-۱- شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت یا سازمان در قبال کارکنان- مشتریان

❖ شاخص‌های کارکنان؛ معرفی تاثیرات (مثبت و منفی) فعالیت شرکت بر کارکنان و مشتریان و معرفی اقدام یا اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت (فعالیت‌ها یا پروژه‌های بهبود)

❖ شاخص‌های مشتریان؛ وضعیت ایمنی و بهداشت مربوط به کالا و خدمات در قبال مشتریان، موارد عدم انطباق کالاها و خدمات با مقررات و استانداردهای مربوطه، اطلاعات ضروری مربوط به کالاها و خدمات، وضعیت و نحوه تعامل و گفتگو دوسویه با مشتریان.

۴-۳-۳-۲- شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت / سازمان در قبال جوامع محلی

❖ معرفی تاثیرات (مثبت و منفی) فعالیت شرکت بر جوامع محلی.

❖ معرفی اقدام یا اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت (فعالیت‌ها یا پروژه‌های بهبود)

۴-۳-۳-۳- شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت / سازمان در قبال محیط زیست (G۳۰۰-۳۰۹)

❖ معرفی تاثیرات (مثبت و منفی) فعالیت شرکت بر محیط زیست.

❖ معرفی اقدام یا اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت (فعالیت‌ها یا پروژه‌های بهبود) (فضلی و انصاری ۱۳۹۷: ۱۸-۱۲)

بخش پنجم:

**روش‌شناسی، مسائل و یافته‌های
مطالعات مسئولیت اجتماعی شهرستان بندرماهشهر**

توسعه مبتنی بر برنامه مسئولیت‌های اجتماعی در منطقه ماهشهر، به‌عنوان یکی از اولویت‌های گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس بوده است. از این رو سعی شده است با اعتقاد به مبانی علمی برنامه‌ریزی استراتژیک، اقتضات بومی و محلی شهرستان بندر ماهشهر و مأموریت وزارت نفت در حوزه مسئولیت اجتماعی از ظرفیت‌های علمی و انسانی صنایع پتروشیمی و مجموعه مدیران شهری مرتبط با موضوع مسئولیت اجتماعی بهره‌گیری شود.

در این فصل با بهره‌گیری از مدل برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید ضمن مطالعه اسناد بالادستی (کشوری، وزارتی و شرکتی)، استانی (خوزستان) و شهرستانی (شهرستان بندر ماهشهر)، با نگاه به اقدامات مرحله تدوین استراتژی و با اتخاذ از چشم‌انداز و اهداف شرکت‌های پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی، محورها و مسائل استراتژیک در حوزه مسئولیت اجتماعی مرتبط با شرکت‌های پتروشیمی شهرستان بندر ماهشهر از طریق اجرای ۹۰ مصاحبه به‌منظور شناسایی و احصاء شبکه مسائل و نیز توزیع پرسشنامه برای ۴۲ نفر از مدیران و نخبگان پتروشیمی و جامعه محلی در چهار بعد نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، وزن هر یک از مسائل تعیین گردید.

مسائل استراتژیک با استفاده از تحلیل SWOT که یکی از تکنیک‌های موثر در سنجش عوامل درونی و عوامل بیرونی دخیل در یک موضوع است، شناسایی گردیده و قادر است مسائل را در کنار یکدیگر سنجیده و ارتباط بین آن‌ها را مشخص نماید. این فصل اهمیت مفاهیم استراتژیک را از دو منظر محورهای استراتژیک و مسائل استراتژیک و در سه لایه مدیران شهری (سازمان‌های شهری)، مدیران پتروشیمی (سازمان‌های پتروشیمی) و مجموع مدیران شهری و پتروشیمی مشخص نموده است.

مطالعه حاضر، از روش تحقیق آمیخته (کمی - کیفی) استفاده شده است. جامعه آماری مطالعه مدیران شهری و پتروشیمی و روش نمونه‌گیری، روش غیرتصادفی هدفمند و حجم نمونه در مصاحبه ۹۰ نفر و در پرسشنامه ۴۲ نفر بود. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به اینکه مطالعه در چهار مرحله (اسنادی، مصاحبه‌ای، پرسشنامه‌ای و پنل‌های خبرگانی) صورت گرفت به شیوه‌های تحلیل اسنادی، تحلیل مضمون، آمار توصیفی انجام شد.

این پژوهش بنا به اقتضائات و شرایط منطقه‌ای شهرستان بندر ماهشهر و شرکت‌های پتروشیمی در راستای طرح‌ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی و با اهداف ذیل تدوین گردیده است:

- ۱) تهیه و تدوین نقشه مفهومی به منظور سازمان دهی و برنامه‌ریزی طرح‌ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی
- ۲) ایجاد مدل مفهومی و عملیاتی مناسب برای طرح‌ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی
- ۳) یکپارچه‌سازی و سازماندهی منسجم فعالیت‌ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی به صورت کارآ و اثربخش در سطح منطقه ماهشهر
- ۴) تدوین راهبردهای اساسی شرکت‌های پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی
- ۵) تدوین تصویر واضح از آینده شرکت‌های پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی و طرح‌ریزی اقدامات لازم برای عملیاتی شدن آن
- ۶) تنظیم اولویت‌های شرکت‌های پتروشیمی در حوزه مسئولیت اجتماعی و متمرکز کردن انرژی و منابع در جهت دستیابی به آن اولویت‌ها

۱-۳-۵- روش پژوهش

از آنجایی که به تنهایی نمی‌توان به واقعیت پدیده‌های مرتبط با سازمان و مدیریت دست یافت، توصیه می‌شود که از روش‌های آمیخته استفاده شود. پژوهش‌های آمیخته، پژوهش‌هایی هستند که با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند. در این روش‌ها، برای بررسی یک مسأله پژوهشی، پژوهشگر با به کار بردن مجموعه روش‌هایی که اساس آن‌ها پارادایم‌های گوناگون است، بررسی موقعیت نامعین را میسر می‌کند و فرآیند آن را تسهیل می‌نماید. (بازرگان هرندی ۱۳۸۷، ۲۱) به عبارتی، هرگاه روش‌های تحقیق کمی و کیفی با همدیگر ترکیب شوند از آن تحت عنوان روش تحقیق آمیخته یاد خواهد شد که در آن ابتدا از پارادایم تحقیق کمی و سپس از پارادایم کیفی یا برعکس استفاده می‌شود. در مطالعه حاضر نیز، چون روش‌های تحقیق کمی و کیفی به تنهایی نمی‌توانند به ما در دستیابی به استراتژی‌های مناسب و متناسب با زیست‌بوم ماهشهر کمک نماید، ترکیب این روش‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

۲-۳-۵- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری مطالعه را مدیران پتروشیمی و مدیران شهری مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی در شهرستان بندر ماهشهر تشکیل می‌داد. روش نمونه‌گیری مطالعه به صورت غیرتصادفی و از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. حجم نمونه در پژوهش حاضر با استفاده از ابزار مصاحبه برای شناسایی محورهای استراتژیک ۳ نفر و برای احصای مسائل استراتژیک ۹۰ نفر از مدیران شهری و پتروشیمی و حجم نمونه آماری با استفاده از ابزار پرسشنامه برای تدوین استراتژی‌ها، ۴۲ نفر از مدیران شهری و پتروشیمی بودند.

۳-۳-۵- روش جمع‌آوری داده‌های پژوهش و مراحل آن

در پژوهش حاضر با توجه به نوع پژوهش از روش‌های متناسب با نوع داده‌ها برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش استفاده شده است که در ذیل بدان اشاره می‌شود.

۱-۳-۵- مرحله اول؛ مطالعات اسنادی و اکتشافی

در این مرحله با استفاده از روش اسنادی و مطالعه اسناد موجود و قابل استناد در موضوع پژوهش از قبیل؛ اسناد بالادستی شرکت‌های پتروشیمی، چشم‌انداز و مأموریت وزارت نفت و شرکت‌های پتروشیمی، تکالیف وزارت نفت در حوزه پتروشیمی در برنامه‌های توسعه‌ای کشور، اسناد استان خوزستان، اسناد بالادستی شهرستان مثل برنامه ۵ ساله فرمانداری شهرستان بندر ماهشهر، مطالعات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی فرمانداری و سپس اجرای ۳ مصاحبه اکتشافی از مدیران عامل و مدیران شهری، ۵ محور راهبردی شبکه مسائل شامل؛

۱. کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی
۲. فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی
۳. نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری
۴. ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی
۵. ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی شناسایی شدند.

۲-۳-۵- مرحله دوم؛ اجرای مصاحبه

در مرحله دوم بر اساس محورهای راهبردی پنجگانه شبکه مسائل، با استفاده از پارادایم تحقیقات کیفی و از طریق انجام ۹۰ مصاحبه نیمه ساختاریافته (با بهره‌گیری از مطالعات اسنادی مرحله اول مطالعه) در سطح مدیران پتروشیمی و مدیران شهری شهرستان بندر ماهشهر به منظور تجزیه و تحلیل محیطی و با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون تعداد ۵۸ مسأله استراتژیک مهم شناسایی شدند.

جدول شماره ۱۲: مشخصات فردی و شغلی مدیران شرکت‌های پتروشیمی مورد مصاحبه

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	شرکت پتروشیمی
۱	جناب آقای مهندس رستمی	مدیر عامل	بندر امام
۲	جناب آقای مهندس نشان‌زاده	مدیر عامل	اروند
۳	جناب آقای مهندس زال‌خانی	مدیر عامل	فجر انرژی خلیج فارس
۴	جناب آقای مهندس احمدزاده	مدیر عامل	بوعلی
۵	جناب آقای دکتر صالح احمدی	مدیر عامل	خوزستان
۶	جناب آقای مهندس قاسمی شهری	مدیر عامل	شهید تندگویان
۷	جناب آقای مهندس صدیقی‌زاده	مدیر عامل	کارون
۸	جناب آقای دکتر نادرپور	مدیر عامل	ره آوران فنون پتروشیمی
۹	جناب آقای مهندس آتش زمزم	مدیر عامل	عملیات غیر صنعتی
۱۰	جناب آقای یآوری	مدیر عامل	موسسه مدارس غیر انتفاعی پتروشیمی منطقه ماهشهر

مدیران منابع انسانی، امور اداری، خدمات، روابط عمومی و سایر مدیران میانی شرکت‌های تولیدی و غیرتولیدی در گروه مصاحبه‌شوندگان حضور داشته‌اند. مجموعاً در این بخش حدود ۵۰ مصاحبه انجام شده است.

جدول شماره ۱۳: مشخصات فردی و شغلی مسئولین شهری مورد مصاحبه

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	سازمان / شهرستان
۱	جناب آقای مهندس بیرانوند	فرماندار	بندر ماهشهر
۲	جناب آقای دکتر گلمرادی	نماینده مجلس	بندر ماهشهر
۳	حجه الاسلام والمسلمین جناب آقای غیبشاهی	امام جمعه	بندر ماهشهر
۴	جناب آقای مهندس عکرش	معاون سیاسی-اجتماعی	فرمانداری
۵	جناب آقای شریفی	معاون برنامه ریزی	فرمانداری
۶	جناب آقای مهندس نظارات	شهردار	بندر ماهشهر
۷	جناب آقای دکتر عبادی	شهردار	شهرک چمران
۸	جناب آقای محفوظیان	رئیس	اداره فرهنگ و ارشاد شهرستان بندر ماهشهر
۹	جناب آقای دیناروند	مدیر	آموزش و پرورش شهرستان بندر ماهشهر
۱۰	جناب آقای سلیمانی	رئیس	اداره محیط زیست شهرستان بندر ماهشهر
۱۱	جناب آقای شکاری	رئیس	اداره کار و امور اجتماعی بندر امام
۱۲	جناب آقای بالینی	رئیس	اداره کار و امور اجتماعی بندر ماهشهر

رئیس گروه برنامه ریزی، دبیر شورای سیاستگذاری فرمانداری ماهشهر و روسای ادارات در گروه مصاحبه شوندهگان حضور داشته‌اند. مجموعاً در این بخش حدود ۴۵ مصاحبه انجام شده است.

جدول شماره ۱۴ : مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در سطح شهرستان بندر ماهشهر مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی

ردیف	مسائل استراتژیک
۱	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی
۲	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر
۳	رویکرد نامتوازن شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری و کمیته‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی در جهت تصویب و اجرای صرفاً پروژه‌های زیرساختی، فیزیکی و بلندمدت
۴	فقدان نقش‌آفرینی استراتژیک شورای راهبردی در مسیر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع توسعه شهرستان
۵	حمایت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان داده شده شورای راهبردی
۶	عدم توجه کافی شورای راهبردی به نیازها و تقاضاهای دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجرایی و عمومی و نیز اولویت‌دهی جبران مستقیم آسیب‌های وارده بر شهر و شهروندان
۷	موقعیت غیرمستحکم شورای راهبردی منطقه ماهشهر به واسطه عدم مشارکت فراگیر و بدون واسطه همه اعضای شورا در اتخاذ تصمیمات و نیز طرح موضوعات موردی و برنامه‌ریزی نشده.
۸	وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن با لحاظ ویژگی‌های متنوع منطقه‌ای
۹	تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان
۱۰	نگرش تثبیت شده دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران نسبت به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»
۱۱	تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی به‌منظور تنظیم روابط با نهادها و دستگاه‌های اجرایی
۱۲	رویه‌های تصدی‌گرایانه ناکارآمد و غیراثربخش در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های غیرتولیدی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر
۱۳	عدم تحقق کامل ساختار هلدینگ به معنای جامع و فراگیر آن و ضعف در شکل‌گیری زنجیره ارزش در ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...
۱۴	عدم استقرار نظام برون‌سپاری توانمندساز و سازمان‌دهنده در جهت تأمین نیازهای کالاها و خدمات عمومی، نیمه‌صنعتی و صنعتی از طریق شکل‌دهی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط سطح شهرستان
۱۵	فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد طی ۱۰ سال اخیر و بروز مشکلات ناشی از بار مالی آن و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی به دلیل برخی پدیده‌های اجتماعی مانند افسردگی، احساس غربت، تمایل به تفرد و تنهایی و ...

ادامه جدول شماره ۱۴: مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در سطح شهرستان بندر ماهشهر مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی

ردیف	مسائل استراتژیک
۱۶	فقدان یکپارچگی و استانداردهای فرآیندهای مربوط به ارائه اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه در سطح مناطق عملیاتی
۱۷	عدم ترسیم نقشه دانش حوزه مسئولیت اجتماعی متناسب با ویژگی‌ها و اقتضات شهرستان بندر ماهشهر
۱۸	فقدان طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اقناع‌کننده و اعتمادآفرین به‌منظور تبیین نقش مستقیم و غیرمستقیم پشتیبانی صنعت پتروشیمی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی
۱۹	عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان
۲۰	ارائه ناهم‌تراز و نامتناسب امکانات و امتیازات به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس.
۲۱	ضعف شرکت عملیات غیر صنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی در ابعاد تعامل مطلوب با سایر شرکت‌های پتروشیمی، عدم تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و همچنین بهسازی و کوتاه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و پشتیبانی حوزه مسئولیت اجتماعی.
۲۲	تمایل به انجام وظایف و فعالیت‌های شرکت‌های غیرتولیدی توسط شرکت‌های تولیدی و تأمین مستقلانه و مستقیم نیازمندی‌های حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از کارکنان شرکت‌های تابعه
۲۳	بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی به‌منظور کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی
۲۴	حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه
۲۵	نارسایی در توسعه زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و تمایل به انتقال کارکنان شرکت‌های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها
۲۶	ضعف در ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک گام اساسی و مقدماتی در مدیریت بهبود تغییرات شهرک بعثت
۲۷	وجود اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و همچنین کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و نیز عدم تلاش در جهت یافتن راهکارها و توسعه موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان از درجات مختلف امکانات و خدمات اجتماعی، آموزشی، رفاهی و ...
۲۸	احساس مسئولیت شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل موثر به‌منظور زیست‌مسالمت‌آمیز جامعه محلی و صنعت در منطقه
۲۹	اجرای راهبرد تضعیف‌کننده و وابسته‌ساز نهادها و دستگاه‌های شهری از طریق طراحی و ساخت مستقلانه پروژه‌های توسعه‌ای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی به‌جای استفاده از راهبردهای توانمندساز مشارکت نهادهای شهری در پروژه‌های توسعه‌ای
۳۰	وجود خطوط انتقال محصولات پتروشیمی و انبارهای روباز وسیع به‌صورت غیراصولی در سطح فضای شهری و همچنین تغییر کاربری اراضی مسکونی و ... بر خلاف الزامات طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری
۳۱	فقدان اولویت‌دهی مستمر به اجرای پروژه‌های زیربنایی مهم در زمینه‌های شهری، از جمله احداث تصفیه‌خانه و یا کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله‌های ماهشهر، چمران و ...)، ترمیم کانال دور شهر طالقانی (جایگذاری کالبرت بتونی) و همچنین میدان‌های شهری و شهرسازی.
۳۲	حمایت و پشتیبانی قانونی (غیرمالی) ناکافی و غیرمحرک شرکت‌های پتروشیمی از توسعه کارآفرینی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط تأمین‌کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لباس، پالت، جامبو، آب‌معدنی، خدمات فرهنگی و هنری در جامعه محلی.

ادامه جدول شماره ۱۴ : مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در سطح شهرستان بندر ماهشهر مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی

ردیف	مسائل استراتژیک
۳۳	فقدان رویکرد وحدت‌گرایانه، مشارکت‌جویانه و مشرفانه در انجام همکاری‌های فی‌مابین مدیران شهری دارای تنوع قومی و جمعیتی مختلف با شرکت‌های پتروشیمی
۳۴	ایجاد چالش‌های زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و ناوگان صنعتی در شرکت‌های پتروشیمی و بروز پیامدهای متعاقب اجرای «نظام‌نامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».
۳۵	ضعف در اقناع افکار عمومی و متقاعدسازی دستگاه‌ها و نهادهای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی
۳۶	وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها به‌منظور مهارت‌آموزی جوانان جویای کار منطقه با بهره‌گیری از امکانات آموزشی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی و سایر شرکت‌های پتروشیمی
۳۷	امکان سپرده‌گذاری سرمایه‌های شرکت‌های پتروشیمی در بانک‌ها و صندوق‌های مرتبط حوزه کارآفرینی سطح شهرستان و ارائه تسهیلات هدفمند و کافی به کارآفرینان جامعه محلی برای رونق تولید در صنایع کوچک و متوسط از محل آن
۳۸	تمایل به تأمین نیازمندی‌های کالایی و خدماتی شرکت‌های پتروشیمی به بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنعتی و خدماتی منطقه ماهشهر
۳۹	فقدان الگوی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله‌ای و گام‌به‌گام در مدیریت طراحی و اجرای هدفمند و موثر طرح‌های عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه‌آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)
۴۰	شکل‌گیری مدل ذهنی یکسویه حمایت یا عدم حمایت مطلق از برنامه‌های مدیران اجرایی و سیاسی شهر توسط صنایع پتروشیمی منطقه
۴۱	وجود گرایش به تدوین اسناد توسعه‌ای شهرستان و نیز شفاف‌سازی عرصه‌های نیاز به‌منظور تدقیق برنامه‌های مسأله‌محور قابل اجرا در سطح منطقه
۴۲	فراهم بودن زمینه هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان توسط دستگاه‌های حاکمیتی به‌منظور تسریع فرآیند همکاری و توسعه منطقه
۴۳	عدم شناسایی ظرفیت‌ها، نیازها و اولویت‌دهی آن‌ها در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از فقدان مطالعات آمایشی و آینده‌نگر هدفمند و همچنین بانک‌های اطلاعاتی دقیق در مقیاس شهرستان
۴۴	اتکا به برنامه قدیمی، بخشی و غیریکپارچه توسعه شهرستان و عدم استفاده از ظرفیت‌های کارشناسی به‌منظور تدقیق آن
۴۵	نارسایی سند توسعه شهرستان ناشی از عدم وجود طرح‌های یکپارچه عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی (بهداشتی و ...)، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی
۴۶	تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاها کالبدی و فیزیکی و عدم توجه متوازن به تقویت نهادهای شهری در ابعاد برنامه‌ای و نرم‌افزاری.
۴۷	امکان طراحی مدل‌های ترکیبی اکوسیستم کارآفرینی متناسب با ظرفیت منطقه (شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)
۴۸	پدیدآمدن بافت جغرافیایی انسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی ناشی از توجه نداشتن به روندهای سه‌گانه مهاجرتی و نیز عدم آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی بعدی منتج از توسعه صنعت در سطح شهرستان.
۴۹	رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی و فیزیکی در سطح شهرستان و عدم توان اقشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آن‌ها.
۵۰	تثبیت نگرش نادرست مدیران ملی و استانی مبنی بر برخوردار بودن شهرستان بندر ماهشهر و نیز کم‌تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک دارایی و استانی

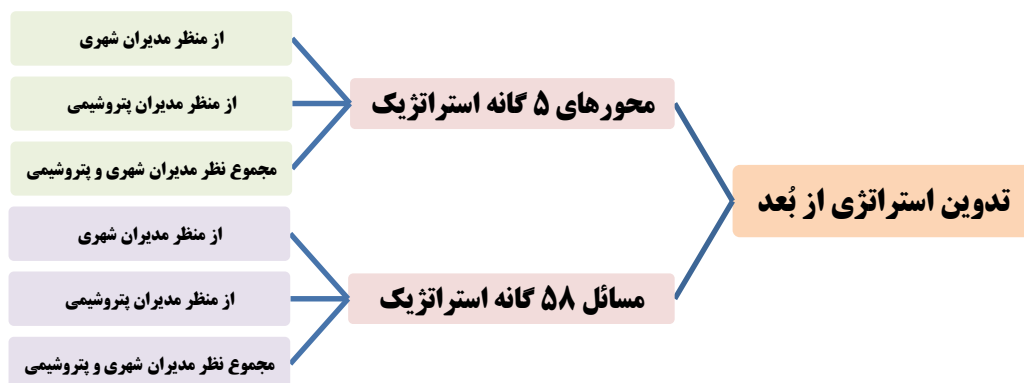
ادامه جدول شماره ۱۴: مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در سطح شهرستان بندر ماهشهر مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی

ردیف	مسائل استراتژیک
۵۱	امکان صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ...، مانند مشاوره رفع آلاینده‌گی به منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده».
۵۲	عدم وجود راهبری و نظارت (به منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده (سهام آلاینده‌گی) در موقعیت و جایگاه خودش.
۵۳	عدم به‌کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی موجود در حوزه‌های مورد همکاری مشترک بین صنعت و نهادهای شهری
۵۴	بهره‌گیری از اعطای معافیت ناشی از «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده» به‌عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بندر ماهشهر.
۵۵	امکان استفاده از ظرفیت «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» مبنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.
۵۶	بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مبنی بر کسر صد درصد وجوهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به‌صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارت‌خانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.
۵۷	بی توجهی به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین بند ب ماده ۹ قانون مالیات بر ارزش افزوده به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.
۵۸	عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب.

۳-۳-۵- مرحله سوم؛ اجرای پرسشنامه

در مرحله سوم با استفاده از پارادایم تحقیقات کمی مسائل استراتژیک ۵۸ گانه از طریق اجرای پرسشنامه تدوین استراتژی (SWOT) (تحلیل عوامل داخلی و خارجی هر یک از محورهای استراتژیک در سطوح مدیران شهری و پتروشیمی) متناسب با مدل فرد. آر. دیوید با حجم نمونه آماری ۴۲ نفر به اجرا درآمد. در این مرحله پرسشنامه از دو بُعد محورهای استراتژیک و مسائل استراتژیک و در سه لایه مدیران شهری (سازمان‌های شهری)، مدیران پتروشیمی (سازمان‌های پتروشیمی) و مجموع مدیران شهری و پتروشیمی مورد آزمون قرار گرفت. ابعاد مورد بررسی در پرسشنامه، در شکل زیر آمده است؛

نمودار شماره ۱۳: محورها و مسائل استراتژیک در تدوین استراتژی



جدول شماره ۱۵: تعداد پرسشنامه های تکمیل شده به تفکیک مدیران عالی و میانی شرکتهای پتروشیمی

تعداد	مدیران روابط عمومی	تعداد	مدیران منابع انسانی و سایر	تعداد	مدیران ستادی هلدینگ	تعداد	مدیران عامل شرکت های پتروشیمی
۶	۱. فجر انرژی ۲. بندر امام ۳. کارون ۴. اروند ۵. عملیات غیر صنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی ۶. رازی	۱۶	۱. خوزستان ۲. اروند ۳. فجر انرژی ۴. بوعلی ۵. بندر امام ۶. ره آوران فنون ۷. امور فرهنگی عملیات ۸. خدمات رفاهی فجر ۹. امور کارکنان سازمان منطقه ویژه، ۱۰. خدمات اداری فجر انرژی ۱۱. مرکز مطالعات فجر انرژی ۱۲. امور کارکنان تندگویان ۱۳. پژوهش و توسعه سازمان منطقه ویژه ۱۴. امور اداری عملیات ۱۵. تضمین کیفیت رازی ۱۶. کارشناس برنامه ریزی، منابع انسانی بندر امام.	۳	۱. حسابرسی داخلی ۲. سیستم و اطلاعات. ۳. ریسک و هزینه	۶	۱. فجر انرژی خلیج فارس ۲. اروند ۳. خوزستان ۴. ره آوران فنون پتروشیمی ۵. بوعلی سینا ۶. عملیات غیر صنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی

جدول شماره ۱۶: تعداد پرسشنامه های تکمیل شده مدیران حاکمیتی، اجرایی و شهری شهرستان ماهشهر

تعداد	مدیران عالی	تعداد	مدیران میانی
۲	۱. شهردار ماهشهر ۲. امام جمعه ماهشهر	۷	۱. رئیس محیط زیست ۲. رئیس اداره ارشاد ماهشهر ۳. رئیس اداره ارشاد بندر امام ۴. رئیس اداره کار ماهشهر ۵. طرح و برنامه فرمانداری ۶. شورای راهبردی فرمانداری ۷. معاون فرماندار

۵-۳-۳-۱- ساختار پرسشنامه تدوین استراتژی با توجه محورها و مسائل استراتژیک

پرسشنامه تدوین استراتژی در محور استراتژیک اول (کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی) ۱۰ مسأله استراتژیک را مورد سنجش قرار می‌داد.

توزیع مسائل استراتژیک در محور اول بدین صورت بود که؛ در بخش عوامل داخلی ۲ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه قوت، ۵ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه ضعف و در بخش عوامل خارجی ۲ مسأله استراتژیک به عنوان فرصت و ۱ مسأله استراتژیک به عنوان تهدید از منظر سیاست‌گذاران شهری و پتروشیمی مورد ارزیابی قرار گرفت؛

در محور استراتژیک دوم (فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی) ۱۷ مسأله استراتژیک را مورد سنجش قرار می‌داد. توزیع مسائل استراتژیک در محور دوم بدین صورت بود که؛ در بخش عوامل داخلی ۱ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه قوت، ۱۱ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه ضعف و در بخش عوامل خارجی ۲ مسأله استراتژیک به عنوان فرصت و ۳ مسأله استراتژیک به عنوان تهدید از منظر سیاست‌گذاران شهری و پتروشیمی مورد ارزیابی قرار گرفت؛

در محور استراتژیک سوم (نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری) ۱۳ مسأله استراتژیک را مورد سنجش قرار می‌داد. توزیع مسائل استراتژیک در محور سوم بدین صورت بود که؛ در بخش عوامل داخلی ۱ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه قوت، ۷ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه ضعف و در بخش عوامل خارجی ۲ مسأله استراتژیک به عنوان فرصت و ۳ مسأله استراتژیک به عنوان تهدید از منظر سیاست‌گذاران شهری و پتروشیمی مورد ارزیابی قرار گرفت؛

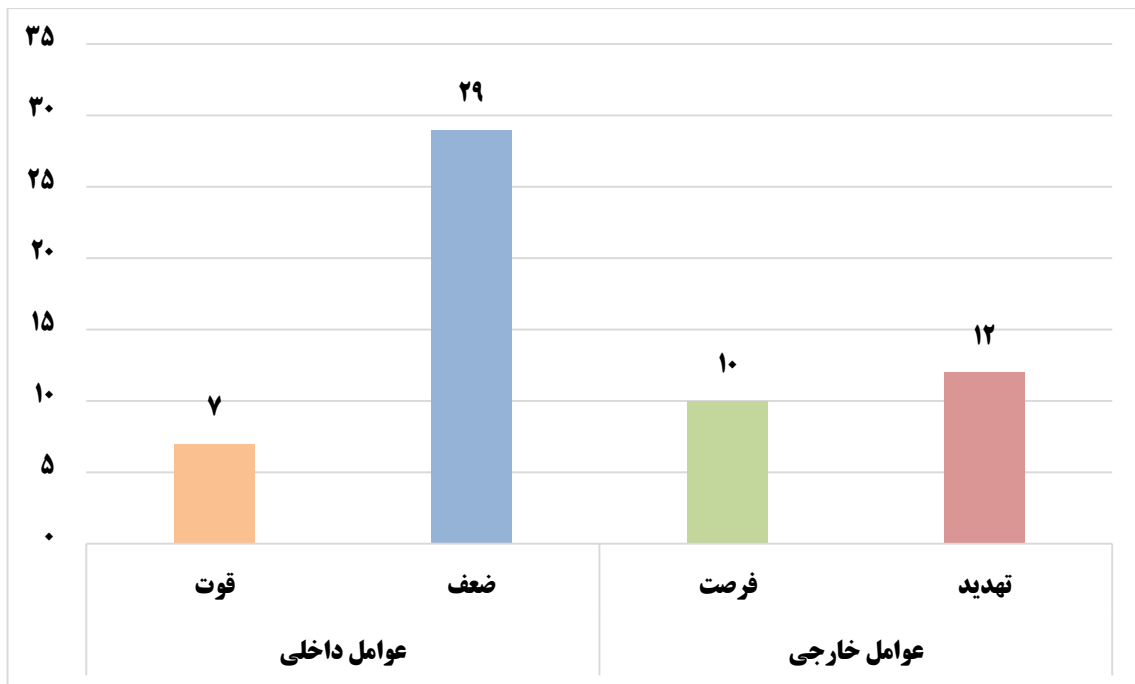
در محور استراتژیک چهارم (ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهرستان) ۱۰ مسأله استراتژیک را مورد سنجش قرار می‌داد. توزیع مسائل استراتژیک در محور چهارم بدین صورت بود که؛ در بخش عوامل داخلی ۲ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه قوت، ۴ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه ضعف و در بخش عوامل خارجی ۱ مسأله استراتژیک به عنوان فرصت و ۳ مسأله استراتژیک به عنوان تهدید از منظر سیاست‌گذاران شهری و پتروشیمی مورد ارزیابی قرار گرفت؛

در محور استراتژیک پنجم (ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی) ۸ مسأله استراتژیک را مورد سنجش قرار می‌داد. توزیع مسائل استراتژیک در محور پنجم بدین صورت بود که؛ در بخش عوامل داخلی ۱ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه قوت، ۲ مسأله استراتژیک به عنوان نقطه ضعف و در بخش عوامل خارجی ۳ مسأله استراتژیک به عنوان فرصت و ۲ مسأله استراتژیک به عنوان تهدید از منظر سیاست‌گذاران شهری و پتروشیمی مورد ارزیابی قرار گرفت؛

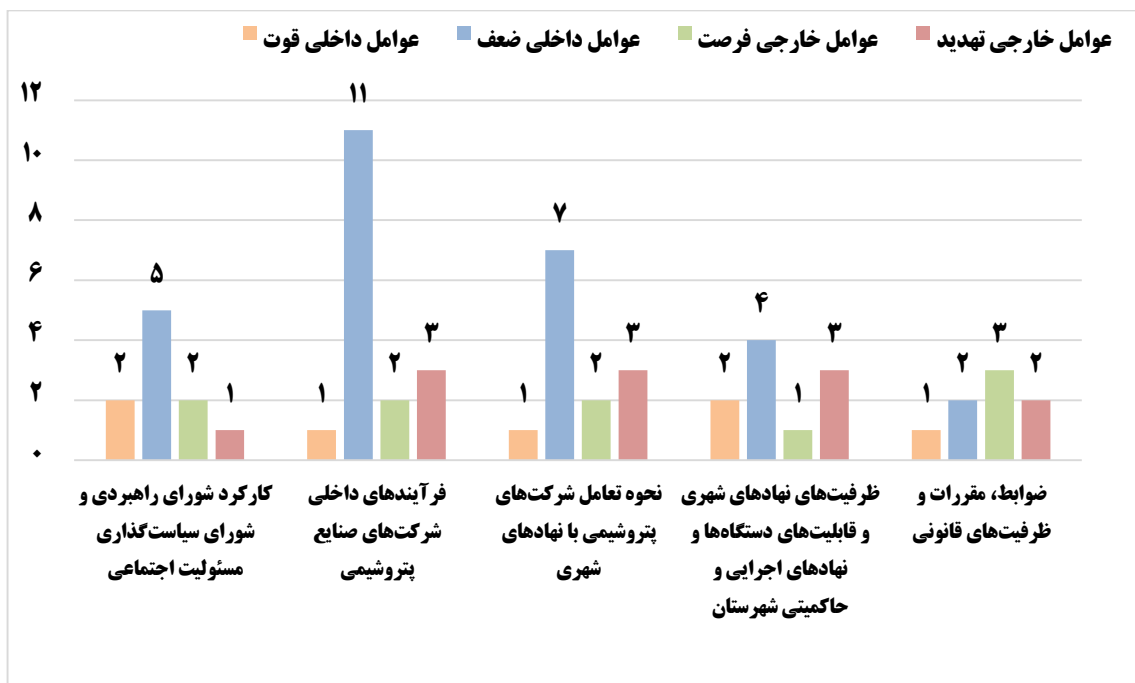
جدول شماره ۱۷: ساختار پرسشنامه تدوین استراتژی به تفکیک محورها و مسائل استراتژیک

محور	عنوان محور استراتژیک				
	عوامل داخلی	عوامل خارجی	جمع عوامل داخلی و خارجی	فرصت	تهدید
اول	۲	۵	۱۰	۲	۱
دوم	۱	۱۱	۱۷	۲	۳
سوم	۱	۷	۱۳	۲	۳
چهارم	۲	۴	۱۰	۱	۳
پنجم	۱	۲	۸	۳	۲
جمع کل مسائل در بعد محورهای استراتژیک					
	۷	۲۹	۵۸	۱۰	۱۲

نمودار شماره ۱۴: تعداد مسائل استراتژیک در بعد محورهای آن



نمودار شماره ۱۵: توزیع آماری عوامل داخلی و خارجی به تفکیک محورهای استراتژیک



نمونه پرسشنامه تدوین استراتژی (SWOT) در پایان گزارش به پیوست آمده است.

۴-۳-۵- مرحله چهارم؛ انتخاب استراتژی (استراتژی‌گزینی)

در مرحله چهارم با استفاده از داده‌های بدست آمده از مصاحبه و اجرای پرسشنامه، با استفاده تکنیک توافق‌محور دلفی و از طریق اجرای پنل‌های نخبگانی، استراتژی‌های شرکت‌های پتروشیمی مستقر در شهرستان بندر ماهشهر در حوزه مسئولیت اجتماعی شناسایی و اتخاذ گردید.

۴-۳-۵- شیوه تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

در پژوهش حاضر برای شناسایی محورهای استراتژیک از روش تحلیل مضمون^۲ به‌عنوان یکی از روش‌های مهم و پرکاربرد در پژوهش‌های کیفی و برای شناسایی مسائل استراتژیک و استراتژی‌های اساسی در حوزه مسئولیت اجتماعی از مدل برنامه‌ریزی فرد.ار. دیوید^۳ استفاده شد.

در مرحله اجرای پرسشنامه که با استفاده از مدل برنامه‌ریزی دیوید، پرسشنامه تدوین استراتژی طراحی گردیده بود پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، نظرات پاسخ‌دهندگان استخراج و نمره‌گذاری شد. بدین صورت که برای هر مسأله ابتدا ضریب اهمیت نسبی آن تعیین و سپس رتبه هر مسأله براساس اعداد ۱ تا ۴ مشخص گردید، سپس نمره نهایی هر مسأله محاسبه و در پایان نمره نهایی نرمال می‌شد و در نهایت مجموع ضرایب و نمرات نهایی براساس هر محور استراتژیک و به تفکیک در دو بخش عوامل داخلی و عوامل خارجی محاسبه گردید.

۲- تحلیل مضمون یا تحلیل محتوا یکی از روش‌های ساده و کارآمد در روش تحقیق کیفی است. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. مضمون یا تم، مبین اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و سوالات تحقیق است و تا حدی، معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد. مضمون، الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد و شناخت مضمون، یکی از مهمترین و حساس‌ترین کارها در تحقیقات کیفی است. بطور کلی مضمون، ویژگی تکراری و متمایزی در متن است که به نظر پژوهشگر نشان‌دهنده درک و تجربه خاصی در رابطه با سوالات تحقیق است.

لذا، تحلیل مضمون، روشی است برای: الف- دیدن متن؛ ب- برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتبط؛ ج- تحلیل اطلاعات کیفی؛ د- مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان و یا فرهنگ؛ ه- تبدیل داده‌های کیفی به داده‌های کمی (عابدی جعفری و همکاران ۱۳۹۰؛ ۱۵۳)

مراحل تحلیل مضمون عبارت است از؛

مرحله اول؛ آشنا شدن با داده‌ها؛

مرحله دوم؛ ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری؛

مرحله سوم؛ جست‌وجو و شناخت مضامین؛

مرحله چهارم؛ ترسیم شبکه مضامین؛

مرحله پنجم؛ تحلیل شبکه مضامین؛

مرحله ششم؛ تدوین گزارش (عابدی جعفری و همکاران ۱۳۹۰؛ صص ۱۹۸-۱۵۱)

۳- براساس مدل دیوید، فرایند مدیریت استراتژیک به سه بخش اصلی تقسیم می‌شود:

تدوین استراتژی (Strategy Formulation)

پیاده‌سازی استراتژی (Strategy Implementation)

ارزیابی استراتژی (Strategy Evaluation)

از دیدگاه دیوید، تدوین استراتژی شامل تدوین چشم انداز و مأموریت، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای اثرگذار بر سازمان، تعیین نقاط قوت و ضعف داخلی سازمان، تعیین اهداف بلندمدت، تدوین استراتژی‌های مختلف و انتخاب استراتژی‌های خاص جهت اجراست.

در این مرحله به منظور ارزیابی نظرات پاسخ‌دهندگان از روش‌های آمار توصیفی شامل، جداول و نمودارها، شاخص‌های آماری مرکزی، نما و میانگین، محاسبه میانگین چارک دوم و سوم و چهارم استفاده شده است. مبنای تحلیل داده‌ها در محورهای استراتژیک نقطه میانی یعنی ۲,۵ (براساس مدل دیوید نمره هر محور عددی بین ۱ تا ۵ می‌باشد) است و مبنای تحلیل داده‌های مربوط به مسائل استراتژیک، چارک‌ها می‌باشد لذا داده‌های مربوط به مسائل استراتژیک به این شکل تفسیر می‌شود که؛

۱. اگر نمره میانگین مسأله استراتژیک، کمتر از نقطه میانی یا چارک دوم (زیر ۲,۵) باشد، آن مسأله دارای درجه اهمیت پایین است؛

۲. اگر نمره میانگین مسأله استراتژیک، بین چارک دوم تا چارک سوم (دامنه ۲,۵ تا ۳,۲۵) باشد، آن مسأله دارای درجه اهمیت بالا است؛

۳. اگر نمره میانگین مسأله استراتژیک، بین چارک سوم تا چارک چهارم، (دامنه ۳,۲۵ تا ۴) باشد، آن مسأله دارای درجه اهمیت بسیار بالا است

در ادامه برای دستیابی به تحلیل در سطح محورها، مراحل ذیل سپری می‌شود:

۱- ابتدا نمره هر مسأله در ستون «ضریب اهمیت نسبی»، با تقسیم بر مجموع اعداد مسائل استراتژیک برای هر یک از عوامل داخلی و خارجی در هر محور، نرمال می‌گردد. پس از این کار، حاصل جمع تمامی اعداد مسائل استراتژیک برای هر یک از عوامل داخلی و خارجی، در ستون «ضریب اهمیت نسبی نرمال»، برابر یک خواهد بود.

۲- حاصل ضرب ستون «ضریب اهمیت نسبی نرمال» و ستون «رتبه»، در ستون «نمره نهایی»، درج می‌گردد. مجموع گویه‌ها در ستون «نمره نهایی»، برای هر یک از عوامل داخلی و خارجی، عددی بین ۱ تا ۴ خواهد شد.

۳- براساس درجه افراد، وزن ۱ برای مدیران میانی و وزن ۲ برای مدیران عالی در ستون «وزن فرد»، درج می‌گردد.

۴- وزن هر فرد در نمره او به عوامل داخلی و خارجی ضرب می‌شود.

۵- مجموع ضرایب برای تمام افراد محاسبه گردیده و تقسیم بر مجموع اوزان می‌گردد تا امتیاز موزون هر یک از عوامل داخلی و خارجی برای هر یک از محورها به دست آید.

۴-۵- یافته‌های پژوهش

یافته‌های میدانی پژوهش درخصوص تدوین سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر، در چهاربخش ارائه شده است که به تفصیل به آن اشاره می‌شود؛

۱-۵-۵- سیمای پاسخگویان (اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان)

۲-۵-۵- یافته‌های مربوط به محورهای استراتژیک

۳-۵-۵- یافته‌های مربوط به مسائل استراتژیک

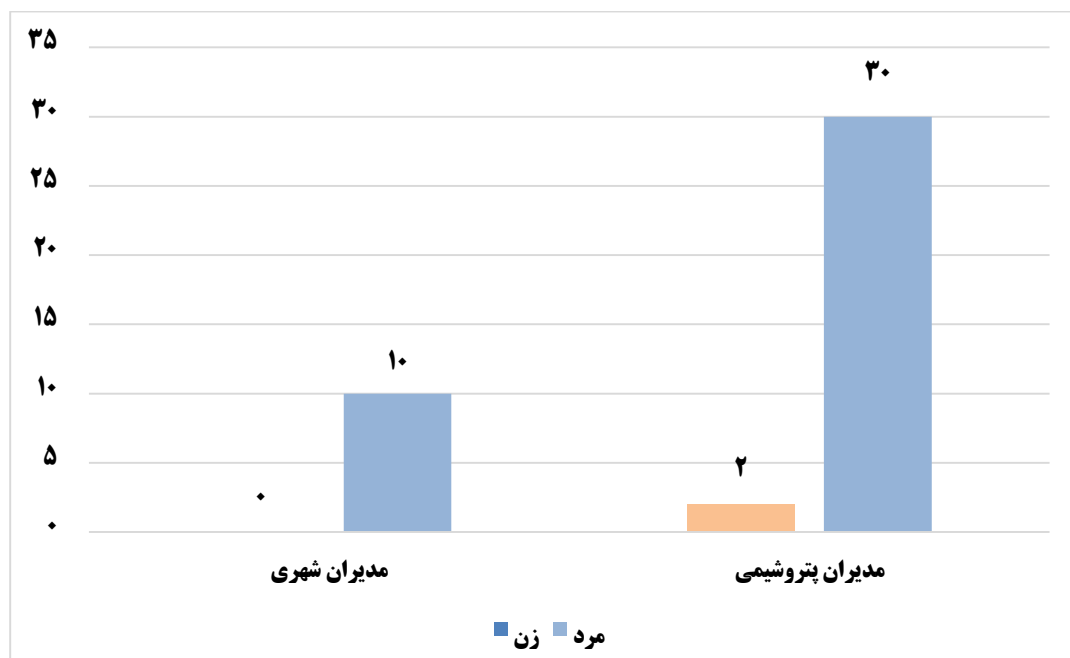
۴-۵-۵- راهبردها و سیاست‌های اساسی در حوزه مسئولیت اجتماعی

۱-۴-۵- سیمای پاسخگویان (اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان)

جدول شماره ۱۸: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک جنسیت

ردیف	جنسیت	مدیران شهری	مدیران پتروشیمی	مجموع مدیران
۱	زن	۰	۲	۲
۲	مرد	۱۰	۳۰	۴۰
	جمع	۱۰	۳۲	۴۲

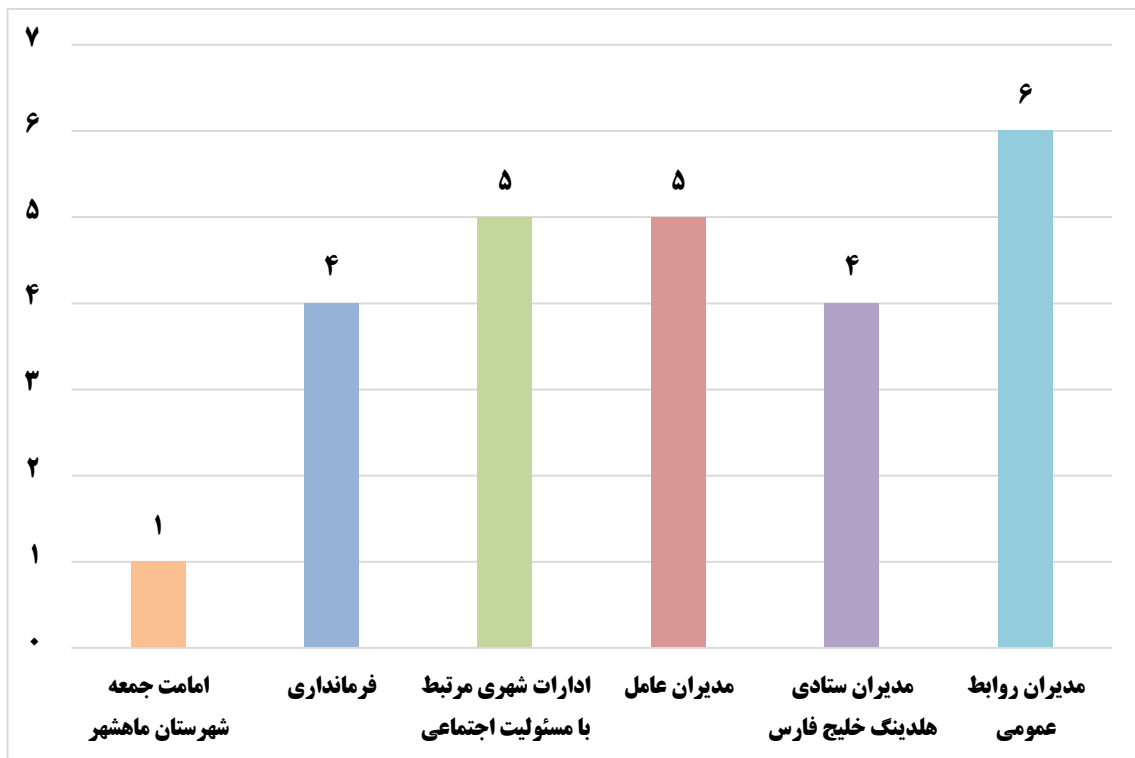
نمودار شماره ۱۶: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک جنسیت



جدول شماره ۱۹: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک موقعیت شغلی

ردیف	موقعیت شغلی	مدیران شهری	مدیران پتروشیمی	مجموع مدیران
۱	امامت جمعه شهرستان بندر ماهشهر	۱	۰	۱
۲	فرمانداری	۴	۰	۴
۳	ادارات شهری مرتبط با مسئولیت اجتماعی	۵	۰	۵
۴	مدیران عامل شرکت‌های تابعه	۰	۵	۵
۵	مدیران ستادی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس	۰	۴	۴
۶	مدیران روابط عمومی	۰	۶	۶
۷	مدیران منابع انسانی	۰	۱۷	۱۷
	جمع کل	۱۰	۳۲	۴۲

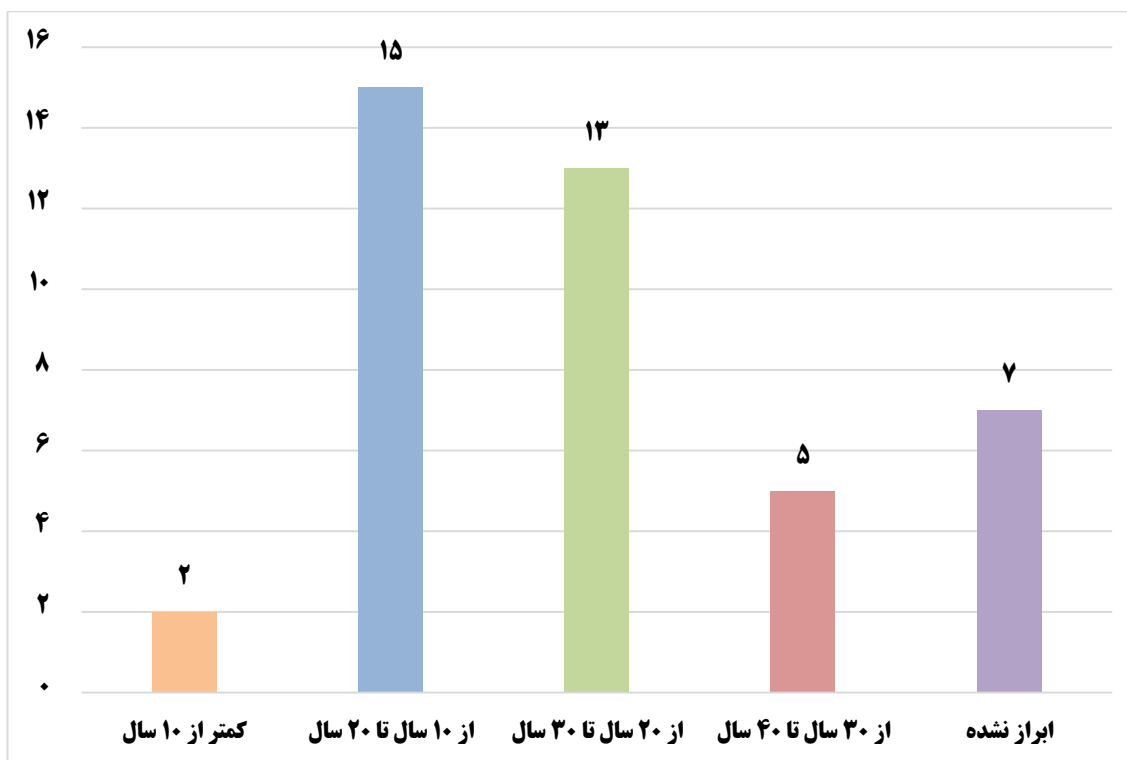
نمودار شماره ۱۷: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک موقعیت شغلی



جدول شماره ۲۰: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک سابقه خدمت

ردیف	سابقه خدمت	مدیران شهری	مدیران پتروشیمی	مجموع مدیران
۱	کمتر از ۱۰ سال	۲	۰	۲
۲	از ۱۰ سال تا ۲۰ سال	۶	۹	۱۵
۳	از ۲۰ سال تا ۳۰ سال	۱	۱۲	۱۳
۴	از ۳۰ سال تا ۴۰ سال	۰	۵	۵
۵	ابراز نشده	-	-	۷
	جمع کل	۹	۲۶	۳۵

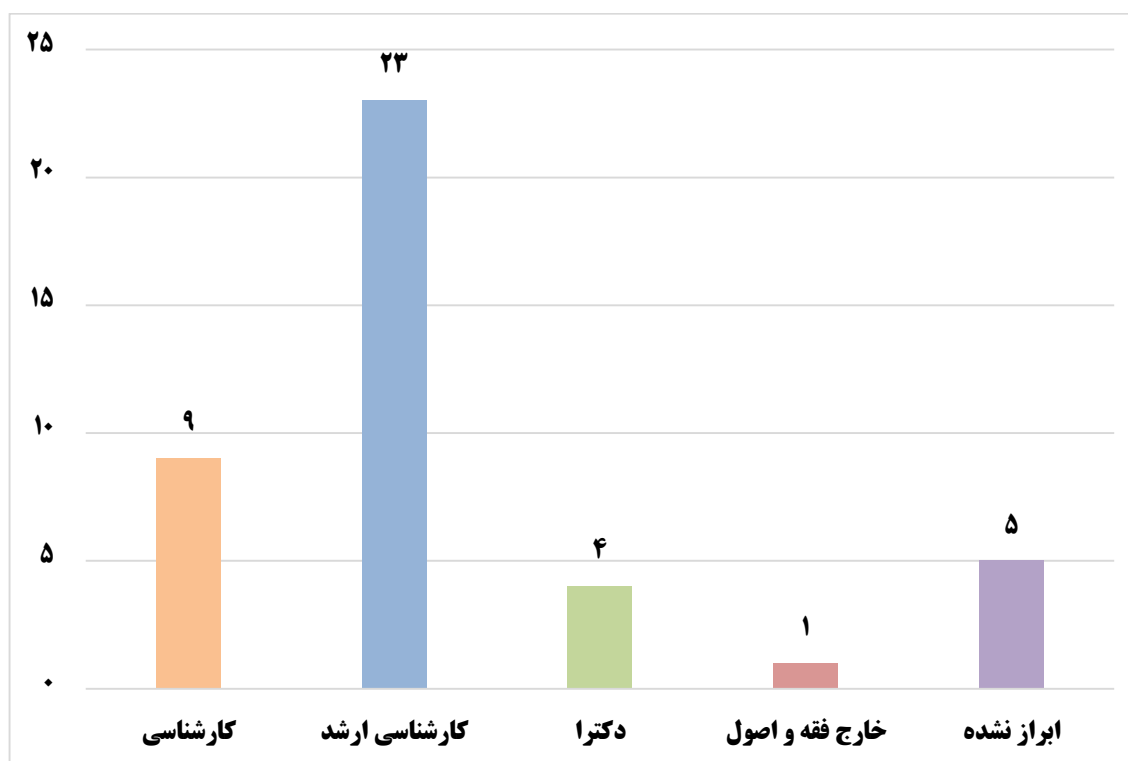
نمودار شماره ۱۸: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک سابقه خدمت



جدول شماره ۲۱: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک سطح تحصیلات

ردیف	سطح تحصیلی	مدیران شهری	مدیران پتروشیمی	مجموع مدیران
۱	کارشناسی	۱	۸	۹
۲	کارشناسی ارشد	۷	۱۶	۲۳
۳	دکترا	۰	۴	۴
۴	خارج فقه و اصول	۱	۰	۱
۵	ابراز نشده	-	-	۵
	جمع کل	۹	۲۸	۳۷

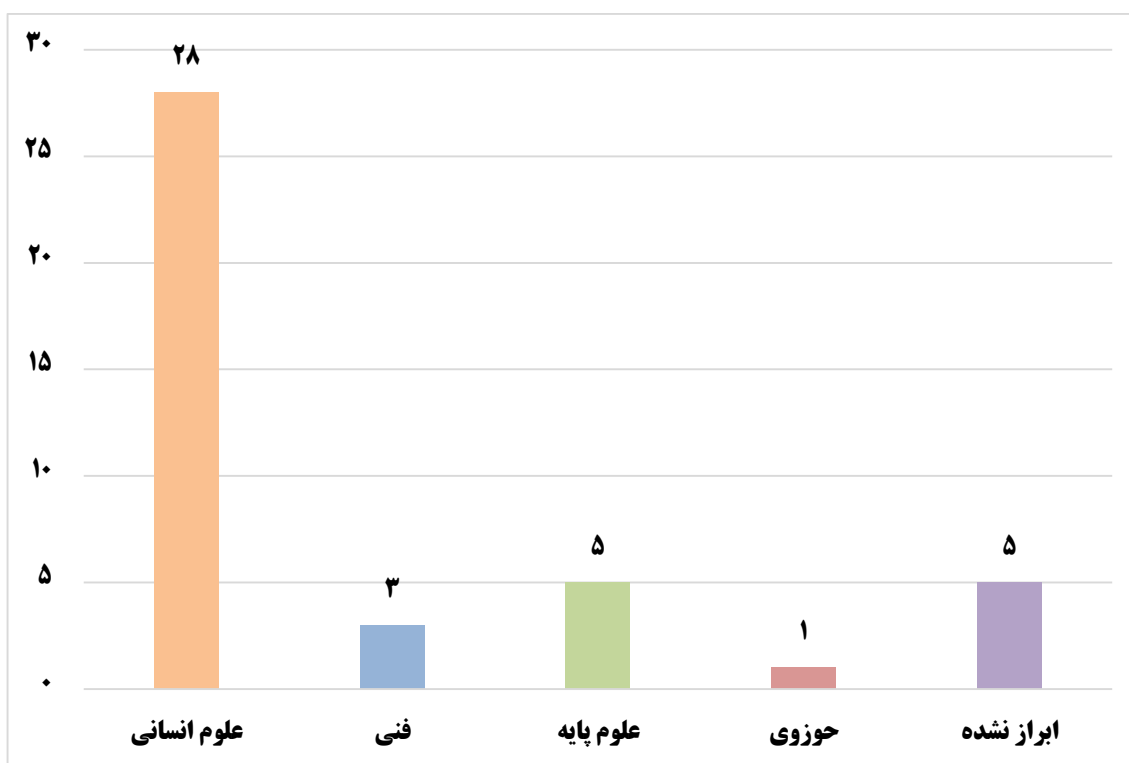
نمودار شماره ۱۹: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک سطح تحصیلات



جدول شماره ۲۲: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک رشته تحصیلی

ردیف	رشته تحصیلی	مدیران شهری	مدیران پتروشیمی	مجموع مدیران
۱	علوم انسانی	۷	۲۱	۲۸
۲	فنی	۰	۳	۳
۳	علوم پایه	۱	۴	۵
۴	حوزوی	۱	۰	۱
۵	ابراز نشده	-	-	۵
	جمع کل	۹	۲۸	۳۷

نمودار شماره ۲۰: وضعیت پاسخ‌دهندگان به تفکیک رشته تحصیلی



۲-۴-۵- یافته‌های مربوط به محورهای استراتژیک

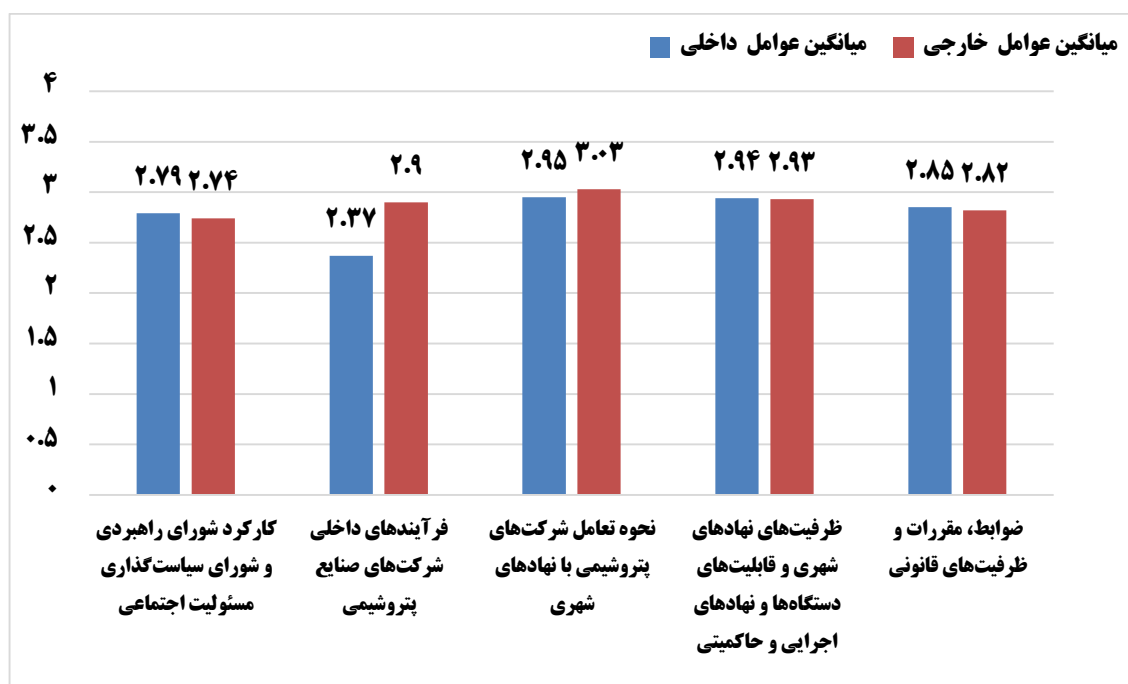
یافته‌های مربوط به محورهای استراتژیک در سه لایه مدیران شهری، مدیران پتروشیمی و جمعیتی مدیران شهری و پتروشیمی گزارش شده است. به‌منظور توصیف هر یک از عوامل داخلی (مجموع تاثیر نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (مجموع تاثیر نقاط فرصت و تهدید)، برای هر یک از محورهای راهبردی پنج‌گانه شبکه مسائل به‌دست‌آمده در زمینه مسئولیت اجتماعی در چارچوب مدل تدوین استراتژی SWOT، با مقایسه میانگین نظرات، در صورتی که میانگین به‌دست‌آمده کمتر از نقطه میانی باشد، درجه اهمیت، پایین و در صورتی که میانگین به‌دست‌آمده بیشتر از نقطه میانی باشد، درجه اهمیت بالا برای اهمیت و نقش تاثیر عوامل داخلی و خارجی در اجرای طرح‌ها و برنامه‌های مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر از نظر مدیران شهری، پتروشیمی و شهری-پتروشیمی، به‌صورت ذیل مطرح می‌گردد.

۱-۲-۴-۵- نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۲۳: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT

ردیف	محور استراتژیک	
	داخلی	خارجی
۱	۲,۷۹	۲,۷۴
۲	۲,۳۷	۲,۹۰
۳	۲,۹۵	۳,۰۳
۴	۲,۹۴	۲,۹۳
۵	۲,۸۵	۲,۸۲

نمودار شماره ۲۱: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT



ارزیابی نظرات مدیران شهری در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT

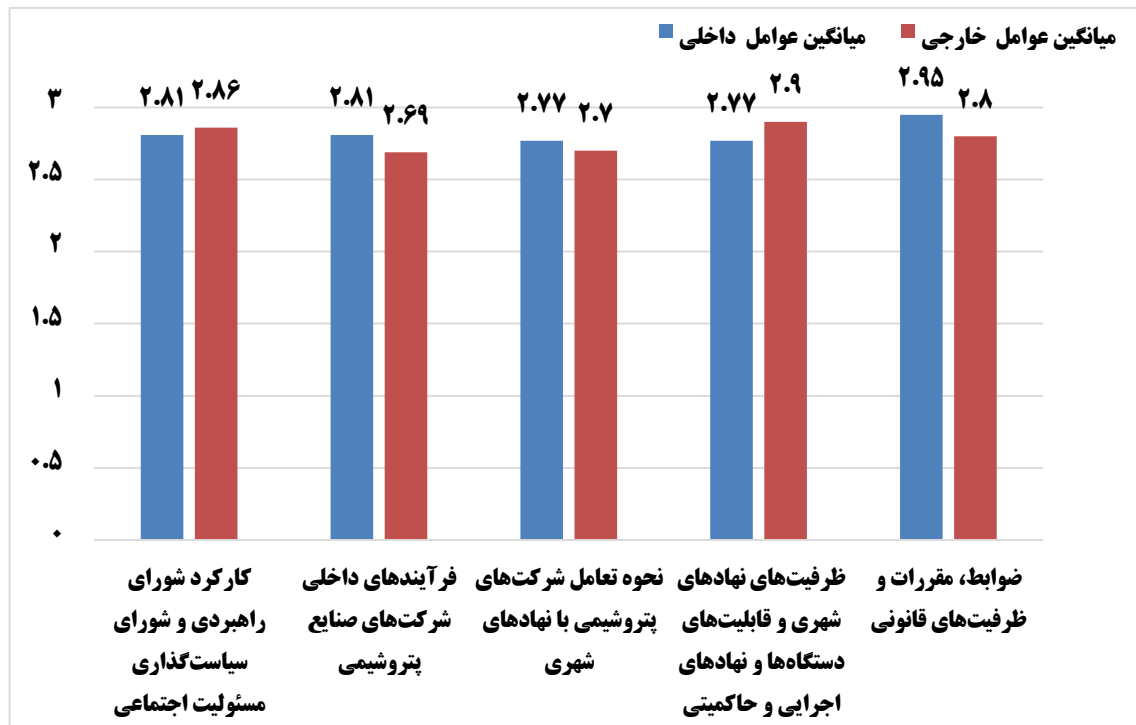
۱. در محور اول (کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی)، میانگین عوامل داخلی ۲,۷۹ و میانگین عوامل خارجی ۲,۷۴ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) است لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۲. در محور دوم، (فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی) میانگین عوامل داخلی ۲,۳۷ می‌باشد در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده پایین‌تر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت پایین است. همچنین در این محور، میانگین عوامل خارجی ۲,۹۰ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۳. در محور سوم (نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری)، میانگین عوامل داخلی ۲,۹۵ و میانگین عوامل خارجی ۳,۰۳ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۴. در محور چهارم (ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی)، میانگین عوامل داخلی ۲,۹۴ و میانگین عوامل خارجی ۲,۹۳ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۵. در محور پنجم (ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی)، میانگین عوامل داخلی ۲,۸۵ و میانگین عوامل خارجی ۲,۸۲ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.

۲-۴-۵- نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۲۴: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT

ردیف	محور استراتژیک	میانگین عوامل	
		داخلی	خارجی
۱	کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی	۲,۸۱	۲,۸۶
۲	فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی	۲,۸۱	۲,۶۹
۳	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری	۲,۷۷	۲,۷۰
۴	ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی	۲,۷۷	۲,۹۰
۵	ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی	۲,۹۵	۲,۸۰

نمودار شماره ۲۲: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT



ارزیابی نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT

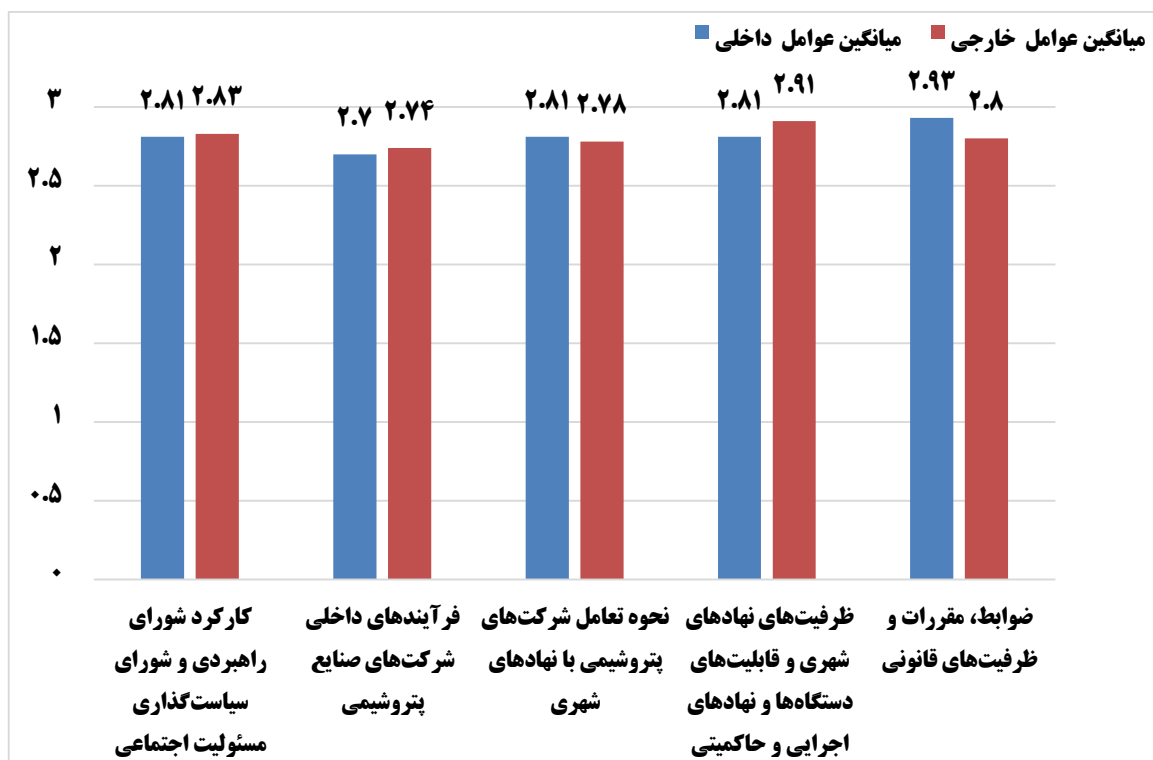
- در محور اول (کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی)، میانگین عوامل داخلی ۲.۸۱ و میانگین عوامل خارجی ۲.۸۶ می‌باشد. در نتیجه با توجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲.۵) می‌باشد، لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
- در محور دوم، (فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی) میانگین عوامل داخلی ۲.۸۱ و میانگین عوامل خارجی ۲.۶۹ می‌باشد. در نتیجه با توجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲.۵) می‌باشد، لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
- در محور سوم (نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری)، میانگین عوامل داخلی ۲.۷۷ و میانگین عوامل خارجی ۲.۷۰ می‌باشد. در نتیجه با توجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲.۵) می‌باشد، لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
- در محور چهارم (ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی)، میانگین عوامل داخلی ۲.۷۷ و میانگین عوامل خارجی ۲.۹۰ می‌باشد. در نتیجه با توجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲.۵) می‌باشد، لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
- در محور پنجم (ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی)، میانگین عوامل داخلی ۲.۹۵ و میانگین عوامل خارجی ۲.۸۰ می‌باشد. در نتیجه با توجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲.۵) می‌باشد، لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.

۳-۲-۴-۵- نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۲۵: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT

ردیف	محور استراتژیک	میانگین عوامل	
		داخلی	خارجی
۱	کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی	۲,۸۱	۲,۸۳
۲	فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی	۲,۷۰	۲,۷۴
۳	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری	۲,۸۱	۲,۷۸
۴	ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی	۲,۸۱	۲,۹۱
۵	ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی	۲,۹۳	۲,۸۰

نمودار شماره ۲۳: میانگین نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT



ارزیابی نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص محورهای استراتژیک در چارچوب SWOT

۱. در محور اول (کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی)، میانگین عوامل داخلی ۲,۸۱ و میانگین عوامل خارجی ۲,۸۳ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۲. در محور دوم، (فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی) میانگین عوامل داخلی ۲,۷۰ و میانگین عوامل خارجی ۲,۷۴ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۳. در محور سوم (نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری)، میانگین عوامل داخلی ۲,۸۱ و میانگین عوامل خارجی ۲,۷۸ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۴. در محور چهارم (ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی)، میانگین عوامل داخلی ۲,۸۱ و میانگین عوامل خارجی ۲,۹۱ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.
۵. در محور پنجم (ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی)، میانگین عوامل داخلی ۲,۹۳ و میانگین عوامل خارجی ۲,۸۰ می‌باشد. در نتیجه باتوجه به اینکه نمره میانگین بدست آمده بالاتر از نقطه میانی (۲,۵) می‌باشد لذا این محور دارای درجه اهمیت بالا است.

۳-۴-۵- یافته‌های مربوط به مسائل استراتژیک

یافته‌های مربوط به مسائل استراتژیک در سه لایه مدیران شهری، مدیران پتروشیمی و جمعیتی مدیران شهری و پتروشیمی گزارش شده است.

به‌منظور تبیین درجه اهمیت هر یک از مسائل استراتژیک ۵۸ گانه در هر کدام از محورهای استراتژیک پنج‌گانه مسئولیت اجتماعی با چارک‌بندی آماره امتیازات موزون هر یک از محورها، به ترتیب میانگین نظرات مدیران شهری به تفکیک هر یک از مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT، میانگین نظرات مدیران پتروشیمی به تفکیک هر یک از مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT و میانگین نظرات مدیران شهری و پتروشیمی به تفکیک ۵۸ مسأله استراتژیک مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT، نتایج زیر به دست می‌آید.

۱-۳-۴-۵- نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۲۶: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۳۲	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی	قوت	داخلی	۱
۰,۲۹	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	قوت	داخلی	۲
۰,۴۷	رویکرد نامتوازن شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری و کمیته‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی در جهت تصویب و اجرای صرفاً پروژه‌های زیرساختی، فیزیکی و بلندمدت	ضعف	داخلی	۳
۰,۴۰	فقدان نقش‌آفرینی استراتژیک شورای راهبردی در مسیر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع توسعه شهرستان	ضعف	داخلی	۴
۰,۱۹	حمایت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان داده شده شورای راهبردی	ضعف	داخلی	۵
۰,۵۴	عدم توجه کافی شورای راهبردی به نیازها و تقاضاهای دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجرایی و عمومی و نیز اولویت‌دهی جبران مستقیم آسیب‌های وارده بر شهر و شهروندان	ضعف	داخلی	۶
۰,۵۷	موقعیت غیرمستحکم شورای راهبردی منطقه ماهشهر به واسطه عدم مشارکت فراگیر و بدون واسطه همه اعضای شورا در اتخاذ تصمیمات و نیز طرح موضوعات موردی و برنامه‌ریزی نشده.	ضعف	داخلی	۷
۰,۸۴	وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن با لحاظ ویژگی‌های متنوع منطقه‌ای	فرصت	خارجی	۸
۰,۳۳	تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان	فرصت	خارجی	۹
۰,۷۵	نگرش تثبیت شده دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران نسبت به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»	تهدید	خارجی	۱۰

جمع بندی محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۲۷: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران شهری

عوامل	نقطه	میانگین امتیازات
داخلی	قوت	۰,۳۸
	ضعف	۰,۴۱
خارجی	فرصت	۰,۸۳
	تهدید	۰,۷۵

جدول شماره ۲۸: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۱۱	داخلی	قوت	تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی به منظور تنظیم روابط با نهادها و دستگاه‌های اجرایی	۰,۱۲
۱۲	داخلی	ضعف	رویه‌های تصدی‌گرایانه ناکارآمد و غیراثربخش در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های غیرتولیدی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر	۰,۱۳
۱۳	داخلی	ضعف	عدم تحقق کامل ساختار هلدینگ به معنای جامع و فراگیر آن و ضعف در شکل‌گیری زنجیره ارزش در ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...	۰,۲۴
۱۴	داخلی	ضعف	عدم استقرار نظام برون‌سپاری توانمندساز و سازمان‌دهنده در جهت تأمین نیازهای کالاها و خدمات عمومی، نیمه‌صنعتی و صنعتی از طریق شکل‌دهی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط سطح شهرستان	۰,۳۸
۱۵	داخلی	ضعف	فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد طی ۱۰ سال اخیر و بروز مشکلات ناشی از بار مالی آن و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی به دلیل برخی پدیده‌های اجتماعی مانند افسردگی، احساس غربت، تمایل به تفرد و تنهایی و ...	۰,۱۰
۱۶	داخلی	ضعف	فقدان یکپارچگی و استانداردسازی فرآیندهای مربوط به ارائه اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه در سطح مناطق عملیاتی	۰,۱۷
۱۷	داخلی	ضعف	عدم ترسیم نقشه دانش حوزه مسئولیت اجتماعی متناسب با ویژگی‌ها و اقتضات شهرستان بندر ماهشهر	۰,۲۷
۱۸	داخلی	ضعف	فقدان طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اقناع‌کننده و اعتمادآفرین به منظور تبیین نقش مستقیم و غیرمستقیم پشتیبانی صنعت پتروشیمی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی	۰,۲۹
۱۹	داخلی	ضعف	عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان	۰,۱۲
۲۰	داخلی	ضعف	ارائه ناهم‌تراز و نامتناسب امکانات و امتیازات به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس.	۰,۲۳
۲۱	داخلی	ضعف	ضعف شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی در ابعاد تعامل مطلوب با سایر شرکت‌های پتروشیمی، عدم تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و همچنین بهسازی و کوتاه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و پشتیبانی حوزه مسئولیت اجتماعی.	۰,۱۸
۲۲	داخلی	ضعف	تمایل به انجام وظایف و فعالیت‌های شرکت‌های غیرتولیدی توسط شرکت‌های تولیدی و تأمین مستقلانه و مستقیم نیازمندی‌های حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از کارکنان شرکت‌های تابعه	۰,۱۳
۲۳	خارجی	فرصت	بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی به منظور کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی	۰,۸۹
۲۴	خارجی	فرصت	حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه	۰,۵۹

ادامه جدول شماره ۲۸ : میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسؤلیت اجتماعی

محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۳۲	نارسایی در توسعه زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و تمایل به انتقال کارکنان شرکت‌های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها	تهدید	خارجی	۲۵
۰,۶۰	ضعف در ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک گام اساسی و مقدماتی در مدیریت بهبود تغییرات شهرک بعثت	تهدید	خارجی	۲۶
۰,۵۰	وجود اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و همچنین کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و نیز عدم تلاش در جهت یافتن راهکارها و توسعه موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان از درجات مختلف امکانات و خدمات اجتماعی، آموزشی، رفاهی و ...	تهدید	خارجی	۲۷

جمع بندی محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری

جدول شماره ۲۹ : فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۱۲	قوت	داخلی
۰,۲	ضعف	
۰,۷۴	فرصت	خارجی
۰,۴۷	تهدید	

جدول شماره ۳۰ : میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور سوم ؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۴۵	احساس مسئولیت شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل موثر به‌منظور زیست مسالمت‌آمیز جامعه محلی و صنعت در منطقه	قوت	داخلی	۲۸
۰,۳۵	اجرای راهبرد تضعیف‌کننده و وابسته‌ساز نهادها و دستگاه‌های شهری از طریق طراحی و ساخت مستقلانه پروژه‌های توسعه‌ای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی به‌جای استفاده از راهبردهای توانمندساز مشارکت نهادهای شهری در پروژه‌های توسعه‌ای	ضعف	داخلی	۲۹
۰,۳۶	وجود خطوط انتقال محصولات پتروشیمی و انبارهای روباز وسیع به‌صورت غیراصولی در سطح فضای شهری و همچنین تغییر کاربری اراضی مسکونی و ... بر خلاف الزامات طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری	ضعف	داخلی	۳۰
۰,۵۸	فقدان اولویت‌دهی مستمر به اجرای پروژه‌های زیربنایی مهم در زمینه‌های شهری، از جمله احداث تصفیه‌خانه و یا کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله‌های ماهشهر، چمران و ...)، ترمیم کانال دور شهر طالقانی (جابگذاری کالبرت بتونی) و همچنین میدان‌های شهری و شهرسازی.	ضعف	داخلی	۳۱
۰,۴۵	حمایت و پشتیبانی قانونی (غیرمالی) ناکافی و غیرمحرک شرکت‌های پتروشیمی از توسعه کارآفرینی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط تأمین‌کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لباس، پالت، جامبو، آب‌معدنی، خدمات فرهنگی و هنری در جامعه محلی.	ضعف	داخلی	۳۲
۰,۲۲	فقدان رویکرد وحدت‌گرایانه، مشارکت‌جویانه و مشرفانه در انجام همکاری‌های فی‌مابین مدیران شهری دارای تنوع قومی و جمعیتی مختلف با شرکت‌های پتروشیمی	ضعف	داخلی	۳۳
۰,۳۵	ایجاد چالش‌های زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و ناوگان صنعتی در شرکت‌های پتروشیمی و بروز پیامدهای متعاقب اجرای «نظام‌نامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».	ضعف	داخلی	۳۴
۰,۱۹	ضعف در اقناع افکار عمومی و متقاعدسازی دستگاه‌ها و نهادهای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی	ضعف	داخلی	۳۵
۰,۶۱	وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها به‌منظور مهارت‌آموزی جوانان جویای کار منطقه با بهره‌گیری از امکانات آموزشی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی و سایر شرکت‌های پتروشیمی	فرصت	خارجی	۳۶
۰,۸۲	امکان سپرده‌گذاری سرمایه‌های شرکت‌های پتروشیمی در بانک‌ها و صندوق‌های مرتبط حوزه کارآفرینی سطح شهرستان و ارائه تسهیلات هدفمند و کافی به کارآفرینان جامعه محلی برای رونق تولید در صنایع کوچک و متوسط از محل آن	فرصت	خارجی	۳۷
۰,۶۴	تمایل به تأمین نیازمندی‌های کالایی و خدماتی شرکت‌های پتروشیمی به بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنعتی و خدماتی منطقه ماهشهر	فرصت	خارجی	۳۸

ادامه جدول شماره ۳۰: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۵۷	فقدان الگوی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله‌ای و گام به گام در مدیریت طراحی و اجرای هدفمند و موثر طرح‌های عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)	تهدید	خارجی	۳۹
۰,۴۰	شکل‌گیری مدل ذهنی یکسویه حمایت یا عدم حمایت مطلق از برنامه‌های مدیران اجرایی و سیاسی شهر توسط صنایع پتروشیمی منطقه	تهدید	خارجی	۴۰

جمع بندی محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری

جدول شماره ۳۱: نحوه تعامل شرکت های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۴۵	قوت	داخلی
۰,۳۶	ضعف	
۰,۶۹	فرصت	خارجی
۰,۴۹	تهدید	

جدول شماره ۳۲: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۴۱	داخلی	قوت	وجود گرایش به تدوین اسناد توسعه‌ای شهرستان و نیز شفاف‌سازی عرصه‌های نیاز به منظور تدقیق برنامه‌های مسئله‌محور قابل اجرا در سطح منطقه	۰,۶۱
۴۲	داخلی	قوت	فراهم بودن زمینه هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان توسط دستگاه‌های حاکمیتی به منظور تسریع فرآیند همکاری و توسعه منطقه	۰,۴۰
۴۳	داخلی	ضعف	عدم شناسایی ظرفیت‌ها، نیازها و اولویت‌دهی آن‌ها در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از فقدان مطالعات آمایشی و آینده‌نگر هدفمند و همچنین بانک‌های اطلاعاتی دقیق در مقیاس شهرستان	۰,۴۹
۴۴	داخلی	ضعف	اتکا به برنامه قدیمی، بخشی و غیریکپارچه توسعه شهرستان و عدم استفاده از ظرفیت‌های کارشناسی به منظور تدقیق آن	۰,۵۸
۴۵	داخلی	ضعف	نارسایی سند توسعه شهرستان ناشی از عدم وجود طرح‌های یکپارچه عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی (بهداشتی و ...)، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی	۰,۴۷
۴۶	داخلی	ضعف	تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاهای کالبدی و فیزیکی و عدم توجه متوازن به تقویت نهادهای شهری در ابعاد برنامه‌ای و نرم‌افزاری.	۰,۳۹
۴۷	خارجی	فرصت	امکان طراحی مدل‌های ترکیبی اکوسیستم کارآفرینی متناسب با ظرفیت منطقه (شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)	۰,۸۶
۴۸	خارجی	تهدید	پدید آمدن بافت جغرافیایی انسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی ناشی از توجه نداشتن به روندهای سه‌گانه مهاجرتی و نیز عدم آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی بعدی منتج از توسعه صنعت در سطح شهرستان.	۰,۶۷
۴۹	خارجی	تهدید	رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی و فیزیکی در سطح شهرستان و عدم توان اقشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آن‌ها.	۰,۷۷
۵۰	خارجی	تهدید	تثبیت نگرش نادرست مدیران ملی و استانی مبنی بر برخوردار بودن شهرستان بندر ماهشهر و نیز کم تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک دارایی و استانی	۰,۶۳

جمع‌بندی محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری

جدول شماره ۳۳: ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری

عوامل	نقطه	میانگین امتیازات
داخلی	قوت	۰,۵۱
	ضعف	۰,۴۸
خارجی	فرصت	۰,۸۶
	تهدید	۰,۶۹

جدول شماره ۳۴: میانگین نظرات مدیران شهری در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۹۰	امکان صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... مانند مشاوره رفع آلاینده‌گی به منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده».	قوت	داخلی	۵۱
۰,۹۵	عدم وجود راهبری و نظارت (به منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده (سهام آلاینده‌گی) در موقعیت و جایگاه خودش.	ضعف	داخلی	۵۲
۰,۸۹	عدم به کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی موجود در حوزه‌های مورد همکاری مشترک بین صنعت و نهادهای شهری	ضعف	داخلی	۵۳
۰,۴۵	بهره‌گیری از اعطای معافیت ناشی از «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده» به عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بندر ماهشهر.	فرصت	خارجی	۵۴
۰,۷۳	امکان استفاده از ظرفیت «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» مبنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.	فرصت	خارجی	۵۵
۰,۶۶	بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مبنی بر کسر صد درصد وجوهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارت خانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.	فرصت	خارجی	۵۶
۰,۵۰	بی توجهی به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین بند ب ماده ۹ قانون مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.	تهدید	خارجی	۵۷
۰,۴۷	عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب.	تهدید	خارجی	۵۸

جمع بندی محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران شهری

جدول شماره ۳۵: ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران شهری

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۹۰	قوت	داخلی
۹۲,۰	ضعف	
۰,۶۱	فرصت	خارجی
۰,۴۹	تهدید	

تحلیل توصیفی:

- نقاط قوت:** چنان که از مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط قوت از نظر مدیران شهری مشخص می‌شود، گویه شماره ۵۱ که مربوط به استفاده شرکت‌های پتروشیمی از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... است، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط قوت است. همچنین گویه ۱۱ مربوط به تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی، دارای کمترین امتیاز و نشان‌دهنده کمترین اهمیت در نقاط قوت از منظر مدیران شهری است.
- نقاط ضعف:** از مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط ضعف مشخص می‌شود از نظر مدیران شهری، گویه شماره ۵۲ که بر عدم راهبری و نظارت بر منابع ناشی از قانون یک درصد آلاینده‌گی به‌منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه در موقعیت و جایگاه خودش اشاره دارد، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط ضعف است. همچنین گویه شماره ۱۵ مربوط به فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی، از نگاه مدیران شهری دارای پایین‌ترین امتیاز و نمایانگر کمترین اهمیت در نقاط ضعف است.
- نقاط فرصت:** با مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط فرصت از نظر مدیران شهری مشخص می‌شود، گویه شماره ۲۳، مربوط به بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط فرصت است. همچنین گویه شماره ۹ که به تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان اشاره دارد، دارای پایین‌ترین امتیاز است که از منظر مدیران شهری، کمترین اهمیت در بین نقاط فرصت را نشان می‌دهد.
- نقاط تهدید:** طبق مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط تهدید، گویه شماره ۴۹ مربوط به رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی در سطح شهرستان و عدم توان اقشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آن‌ها، بالاترین امتیاز را به دست آورده که نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط تهدید است. همچنین گویه شماره ۲۵ مربوط به نارسایی در توسعه زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و انتقالی توسط کارکنان شرکت‌های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها است که دارای پایین‌ترین امتیاز و نشان‌دهنده کمترین اهمیت در نقاط تهدید از نظر مدیران شهری می‌باشد.

تحلیل استنباطی:

با توجه به ارزیابی موجود، عمده مدیران شهری به این مسأله تأکید دارند که شرکت‌های پتروشیمی می‌بایست ضمن بهره‌گیری از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... در جهت صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه، با تلاش در جهت بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب آحاد جامعه محلی از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی، زمینه کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی همچنین رشد کمی و کیفی شاخص‌های فرهنگی و رفاهی منطقه گام بردارند و از این طریق مشکلات ایجاد شده ناشی از عدم راهبری منابع ناشی از یک درصد آلاینده‌گی و نیز رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی در سطح شهرستان را جبران نمایند.

۲-۳-۴-۵- نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۳۶: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۱	داخلی	قوت	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی	۰,۴۹
۲	داخلی	قوت	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	۰,۲۶
۳	داخلی	ضعف	رویکرد نامتوازن شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری و کمیته‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی در جهت تصویب و اجرای صرفاً پروژه‌های زیرساختی، فیزیکی و بلندمدت	۰,۵۳
۴	داخلی	ضعف	فقدان نقش‌آفرینی استراتژیک شورای راهبردی در مسیر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع توسعه شهرستان	۰,۴۶
۵	داخلی	ضعف	حمایت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان داده شده شورای راهبردی	۰,۳۴
۶	داخلی	ضعف	عدم توجه کافی شورای راهبردی به نیازها و تقاضاهای دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجرایی و عمومی و نیز اولویت‌دهی جبران مستقیم آسیب‌های وارده بر شهر و شهروندان	۰,۴۲
۷	داخلی	ضعف	موقعیت غیرمستحکم شورای راهبردی منطقه ماهشهر به واسطه عدم مشارکت فراگیر و بدون واسطه همه اعضای شورا در اتخاذ تصمیمات و نیز طرح موضوعات موردی و برنامه‌ریزی نشده.	۰,۳۱
۸	خارجی	فرصت	وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن با لحاظ ویژگی‌های متنوع منطقه‌ای	۰,۸۵
۹	خارجی	فرصت	تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان	۰,۸۰
۱۰	خارجی	تهدید	نگرش تثبیت شده دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران نسبت به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»	۰,۹۱

جمع‌بندی محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران پتروشیمی

جدول شماره ۳۷: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران پتروشیمی

عوامل	نقطه	میانگین امتیازات
داخلی	قوت	۰,۳۸
	ضعف	۰,۴۱
خارجی	فرصت	۰,۸۳
	تهدید	۰,۹۱

جدول شماره ۳۸ : میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور دوم ؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۱۱	داخلی	قوت	تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی به منظور تنظیم روابط با نهادها و دستگاه‌های اجرایی	۰,۱۲
۱۲	داخلی	ضعف	رویه‌های تصدی گرایانه ناکارآمد و غیراثربخش در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های غیرتولیدی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر	۰,۲۴
۱۳	داخلی	ضعف	عدم تحقق کامل ساختار هلدینگ به معنای جامع و فراگیر آن و ضعف در شکل‌گیری زنجیره ارزش در ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...	۰,۳۱
۱۴	داخلی	ضعف	عدم استقرار نظام برون‌سپاری توانمندساز و سازمان‌دهنده در جهت تأمین نیازهای کالاها و خدمات عمومی، نیمه‌صنعتی و صنعتی از طریق شکل‌دهی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط سطح شهرستان	۰,۳۱
۱۵	داخلی	ضعف	فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد طی ۱۰ سال اخیر و بروز مشکلات ناشی از بار مالی آن و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی به دلیل برخی پدیده‌های اجتماعی مانند افسردگی، احساس غربت، تمایل به تفرّد و تنهایی و ...	۰,۱۷
۱۶	داخلی	ضعف	فقدان یکپارچگی و استانداردسازی فرآیندهای مربوط به ارائه اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه در سطح مناطق عملیاتی	۰,۱۶
۱۷	داخلی	ضعف	عدم ترسیم نقشه دانش حوزه مسئولیت اجتماعی متناسب با ویژگی‌ها و اقتضات شهرستان بندر ماهشهر	۰,۲۲
۱۸	داخلی	ضعف	فقدان طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اقناع‌کننده و اعتمادآفرین به منظور تبیین نقش مستقیم و غیرمستقیم پشتیبانی صنعت پتروشیمی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی	۰,۲۹
۱۹	داخلی	ضعف	عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان	۰,۱۵
۲۰	داخلی	ضعف	ارائه ناهم‌تراز و نامتناسب امکانات و امتیازات به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس.	۰,۲۹
۲۱	داخلی	ضعف	ضعف شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی در ابعاد تعامل مطلوب با سایر شرکت‌های پتروشیمی، عدم تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و همچنین بهسازی و کوتاه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و پشتیبانی حوزه مسئولیت اجتماعی.	۰,۲۸
۲۲	داخلی	ضعف	تمایل به انجام وظایف و فعالیت‌های شرکت‌های غیرتولیدی توسط شرکت‌های تولیدی و تأمین مستقلانه و مستقیم نیازمندی‌های حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از کارکنان شرکت‌های تابعه	۰,۲۶

ادامه جدول شماره ۳۸: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۴۷	بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی به‌منظور کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی	فرصت	خارجی	۲۳
۰,۴۱	حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه	فرصت	خارجی	۲۴
۰,۸۰	نارسایی در توسعه زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و تمایل به انتقال کارکنان شرکت‌های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها	تهدید	خارجی	۲۵
۰,۵۰	ضعف در ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک گام اساسی و مقدماتی در مدیریت بهبود تغییرات شهرک بعثت	تهدید	خارجی	۲۶
۰,۵۲	وجود اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و همچنین کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و نیز عدم تلاش در جهت یافتن راهکارها و توسعه موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان از درجات مختلف امکانات و خدمات اجتماعی، آموزشی، رفاهی و ...	تهدید	خارجی	۲۷

جمع بندی محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران

جدول شماره ۳۹: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران پتروشیمی

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۱۲	قوت	داخلی
۰,۲۴	ضعف	داخلی
۰,۴۴	فرصت	خارجی
۰,۶۱	تهدید	خارجی

جدول شماره ۴۰: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۴۲	احساس مسئولیت شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل موثر به‌منظور زیست مسالمت‌آمیز جامعه محلی و صنعت در منطقه	قوت	داخلی	۲۸
۰,۲۸	اجرای راهبرد تضعیف‌کننده و وابسته‌ساز نهادها و دستگاه‌های شهری از طریق طراحی و ساخت مستقلانه پروژه‌های توسعه‌ای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی به‌جای استفاده از راهبردهای توانمندساز مشارکت نهادهای شهری در پروژه‌های توسعه‌ای	ضعف	داخلی	۲۹
۰,۲۶	وجود خطوط انتقال محصولات پتروشیمی و انبارهای روباز وسیع به‌صورت غیراصولی در سطح فضای شهری و همچنین تغییر کاربری اراضی مسکونی و ... بر خلاف الزامات طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری	ضعف	داخلی	۳۰
۰,۵۲	فقدان اولویت‌دهی مستمر به اجرای پروژه‌های زیربنایی مهم در زمینه‌های شهری، از جمله احداث تصفیه‌خانه و یا کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله‌های ماهشهر، چمران و ...)، ترمیم کانال دور شهر طالقانی (جایگذاری کالبرت بتونی) و همچنین میدان‌های شهری و شهرسازی.	ضعف	داخلی	۳۱
۰,۳۴	حمایت و پشتیبانی قانونی (غیرمالی) ناکافی و غیرمحرک شرکت‌های پتروشیمی از توسعه کارآفرینی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط تأمین‌کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لباس، پالت، جامبو، آب‌معدنی، خدمات فرهنگی و هنری در جامعه محلی.	ضعف	داخلی	۳۲
۰,۲۷	فقدان رویکرد وحدت‌گرایانه، مشارکت جویانه و مشرفانه در انجام همکاری‌های فی‌مابین مدیران شهری دارای تنوع قومی و جمعیتی مختلف با شرکت‌های پتروشیمی	ضعف	داخلی	۳۳
۰,۳۵	ایجاد چالش‌های زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و ناوگان صنعتی در شرکت‌های پتروشیمی و بروز پیامدهای متعاقب اجرای «نظام‌نامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».	ضعف	داخلی	۳۴
۰,۳۳	ضعف در اقتناع افکار عمومی و متقاعدسازی دستگاه‌ها و نهادهای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی	ضعف	داخلی	۳۵
۰,۶۱	وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها به‌منظور مهارت‌آموزی جوانان جویای کار منطقه با بهره‌گیری از امکانات آموزشی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی و سایر شرکت‌های پتروشیمی	فرصت	خارجی	۳۶
۰,۴۸	امکان سپرده‌گذاری سرمایه‌های شرکت‌های پتروشیمی در بانک‌ها و صندوق‌های مرتبط حوزه کارآفرینی سطح شهرستان و ارائه تسهیلات هدفمند و کافی به کارآفرینان جامعه محلی برای رونق تولید در صنایع کوچک و متوسط از محل آن	فرصت	خارجی	۳۷
۰,۴۹	تمایل به تأمین نیازمندی‌های کالایی و خدماتی شرکت‌های پتروشیمی به بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنعتی و خدماتی منطقه ماهشهر	فرصت	خارجی	۳۸

ادامه جدول شماره ۴۰: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۵۴	فقدان الگوی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله‌ای و گام‌به‌گام در مدیریت طراحی و اجرای هدفمند و موثر طرح‌های عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه‌آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)	تهدید	خارجی	۳۹
۰,۵۹	شکل‌گیری مدل ذهنی یکسویه حمایت یا عدم حمایت مطلق از برنامه‌های مدیران اجرایی و سیاسی شهر توسط صنایع پتروشیمی منطقه	تهدید	خارجی	۴۰

جمع بندی محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران پتروشیمی

جدول شماره ۴۱: نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران پتروشیمی

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۴۲	قوت	داخلی
۰,۳۴	ضعف	
۰,۵۳	فرصت	خارجی
۰,۵۷	تهدید	

جدول شماره ۴۲: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۴۱	داخلی	قوت	وجود گرایش به تدوین اسناد توسعه‌ای شهرستان و نیز شفاف‌سازی عرصه‌های نیاز به منظور تدقیق برنامه‌های مسئله‌محور قابل اجرا در سطح منطقه	۰,۴۲
۴۲	داخلی	قوت	فراهم بودن زمینه هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان توسط دستگاه‌های حاکمیتی به منظور تسریع فرآیند همکاری و توسعه منطقه	۰,۴۳
۴۳	داخلی	ضعف	عدم شناسایی ظرفیت‌ها، نیازها و اولویت‌دهی آن‌ها در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از فقدان مطالعات آمایشی و آینده‌نگر هدفمند و همچنین بانک‌های اطلاعاتی دقیق در مقیاس شهرستان	۰,۵۱
۴۴	داخلی	ضعف	اتکا به برنامه قدیمی، بخشی و غیریکپارچه توسعه شهرستان و عدم استفاده از ظرفیت‌های کارشناسی به منظور تدقیق آن	۰,۵۰
۴۵	داخلی	ضعف	نارسایی سند توسعه شهرستان ناشی از عدم وجود طرح‌های یکپارچه عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی (بهداشتی و ...)، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی	۰,۵۵
۴۶	داخلی	ضعف	تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاهای کالبدی و فیزیکی و عدم توجه متوازن به تقویت نهادهای شهری در ابعاد برنامه‌ای و نرم‌افزاری.	۰,۳۴
۴۷	خارجی	فرصت	امکان طراحی مدل‌های ترکیبی اکوسیستم کارآفرینی متناسب با ظرفیت منطقه (شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)	۰,۷۷
۴۸	خارجی	تهدید	پدیدآمدن بافت جغرافیایی انسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی ناشی از توجه نداشتن به روندهای سه‌گانه مهاجرتی و نیز عدم آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی بعدی منتج از توسعه صنعت در سطح شهرستان.	۰,۵۷
۴۹	خارجی	تهدید	رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی و فیزیکی در سطح شهرستان و عدم توان اقشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آن‌ها.	۰,۸۳
۵۰	خارجی	تهدید	تثبیت نگرش نادرست مدیران ملی و استانی مبنی بر برخوردار بودن شهرستان بندر ماهشهر و نیز کم تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک دارایی و استانی	۰,۷۲

جمع بندی محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر

مدیران پتروشیمی

جدول شماره ۴۳: ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران پتروشیمی

عوامل	نقطه	میانگین امتیازات
داخلی	قوت	۰,۴۳
	ضعف	۰,۴۸
خارجی	فرصت	۰,۷۷
	تهدید	۰,۷۱

جدول شماره ۴۴: میانگین نظرات مدیران پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۵۱	داخلی	قوت	امکان صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ...، مانند مشاوره رفع آلاینده‌ها به منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده».	۰,۸۵
۵۲	داخلی	ضعف	عدم وجود راهبری و نظارت (به منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده (سهم آلاینده) در موقعیت و جایگاه خودش.	۰,۹۲
۵۳	داخلی	ضعف	عدم به‌کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی موجود در حوزه‌های مورد همکاری مشترک بین صنعت و نهادهای شهری	۰,۸۷
۵۴	خارجی	فرصت	بهره‌گیری از اعطای معافیت ناشی از «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده» به‌عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بندر ماهشهر.	۰,۶۶
۵۵	خارجی	فرصت	امکان استفاده از ظرفیت «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» مبنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.	۰,۶۵
۵۶	خارجی	فرصت	بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مبنی بر کسر صد درصد وجوهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارت خانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.	۰,۵۳
۵۷	خارجی	تهدید	بی توجهی به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین بند ب ماده ۹ قانون مالیات بر ارزش افزوده به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.	۰,۵۳
۵۸	خارجی	تهدید	عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب.	۰,۴۳

جمع بندی محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران پتروشیمی

جدول شماره ۴۵: ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران پتروشیمی

عوامل	نقطه	میانگین امتیازات
داخلی	قوت	۰,۸۵
	ضعف	۰,۸۹,۵
خارجی	فرصت	۰,۶۱
	تهدید	۰,۴۸

تحلیل توصیفی:

- ۱. نقاط قوت:** چنان که از مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط قوت از نظر مدیران پتروشیمی مشخص می‌شود، گویه شماره ۵۱ که مربوط به استفاده شرکت‌های پتروشیمی از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... است، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط قوت است. همچنین گویه ۱۱ مربوط به تأمین محدود و کنترل‌شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی، دارای کمترین امتیاز و نشان‌دهنده کمترین اهمیت در نقاط قوت از منظر مدیران پتروشیمی است.
- ۲. نقاط ضعف:** از مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط ضعف مشخص می‌شود از نظر مدیران پتروشیمی، گویه شماره ۵۲ که بر عدم راهبری و نظارت بر منابع ناشی از قانون یک درصد آلاینده‌گی به‌منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه در موقعیت و جایگاه خودش اشاره دارد، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط ضعف است. همچنین گویه شماره ۱۹ مربوط به عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان اشاره دارد، از نگاه مدیران پتروشیمی دارای پایین‌ترین امتیاز و نمایانگر کمترین اهمیت در نقاط ضعف است.
- ۳. نقاط فرصت:** با مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط فرصت از نظر مدیران پتروشیمی مشخص می‌شود، گویه شماره ۸، مربوط به وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط فرصت است. همچنین گویه شماره ۲۴ که به حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه اشاره دارد، دارای پایین‌ترین امتیاز است که از منظر مدیران پتروشیمی، کمترین اهمیت در بین نقاط فرصت را نشان می‌دهد.
- ۴. نقاط تهدید:** طبق مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط تهدید، از منظر مدیران پتروشیمی گویه شماره ۱۰ مربوط به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده اعتماد دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران در خصوص تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»، بالاترین امتیاز را به دست آورده که نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط تهدید است. همچنین گویه شماره ۵۸ مربوط به عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به‌منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب است که دارای پایین‌ترین امتیاز و نشان‌دهنده کمترین اهمیت در نقاط تهدید از نظر مدیران پتروشیمی می‌باشد.

تحلیل استنباطی:

با توجه به ارزیابی موجود، عمده مدیران پتروشیمی به این مسأله اولویت می‌دهند که ضمن بهره‌گیری از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... در جهت صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه، ضروری است با استفاده از ظرفیت سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و جهت‌دهی به شورای راهبردی متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن، موجبات استفاده بهینه از منابع ناشی از قانون یک درصد آلاینده‌گی و بهبود عملکرد شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی فراهم آید.

۵-۴-۳- نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۴۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی

رتبه	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۱	داخلی	قوت	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی	۰,۴۰
۲	داخلی	قوت	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	۰,۲۷
۳	داخلی	ضعف	رویکرد نامتوازن شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری و کمیته‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی در جهت تصویب و اجرای صرفاً پروژه‌های زیرساختی، فیزیکی و بلندمدت	۰,۵۰
۴	داخلی	ضعف	فقدان نقش‌آفرینی استراتژیک شورای راهبردی در مسیر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع توسعه شهرستان	۰,۴۳
۵	داخلی	ضعف	حمایت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان داده شده شورای راهبردی	۰,۲۶
۶	داخلی	ضعف	عدم توجه کافی شورای راهبردی به نیازها و تقاضاهای دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجرایی و عمومی و نیز اولویت‌دهی جبران مستقیم آسیب‌های وارده بر شهر و شهروندان	۰,۴۸
۷	داخلی	ضعف	موقعیت غیرمستحکم شورای راهبردی منطقه ماهشهر به واسطه عدم مشارکت فراگیر و بدون واسطه همه اعضای شورا در اتخاذ تصمیمات و نیز طرح موضوعات موردی و برنامه‌ریزی نشده.	۰,۴۴
۸	خارجی	فرصت	وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن با لحاظ ویژگی‌های متنوع منطقه‌ای	۰,۸۴
۹	خارجی	فرصت	تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان	۰,۵۶
۱۰	خارجی	تهدید	نگرش تثبیت شده دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران نسبت به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»	۰,۸۳

جمع‌بندی محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

جدول شماره ۴۷: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

عوامل	نقطه	میانگین امتیازات
داخلی	قوت	۰,۳۴
	ضعف	۰,۴۳
خارجی	فرصت	۰,۷۰
	تهدید	۰,۸۳

جدول شماره ۴۸: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	امتیاز
۱۱	داخلی	قوت	تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی به منظور تنظیم روابط با نهادها و دستگاه‌های اجرایی	۰,۱۲
۱۲	داخلی	ضعف	رویه‌های تصدی گرایانه ناکارآمد و غیراثربخش در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های غیرتولیدی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر	۰,۱۸, ۵
۱۳	داخلی	ضعف	عدم تحقق کامل ساختار هلدینگ به معنای جامع و فراگیر آن و ضعف در شکل‌گیری زنجیره ارزش در ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...	۰,۲۷, ۵
۱۴	داخلی	ضعف	عدم استقرار نظام برون‌سپاری توانمندساز و سازمان‌دهنده در جهت تأمین نیازهای کالاها و خدمات عمومی، نیمه‌صنعتی و صنعتی از طریق شکل‌دهی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط سطح شهرستان	۰,۳۴, ۵
۱۵	داخلی	ضعف	فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد طی ۱۰ سال اخیر و بروز مشکلات ناشی از بار مالی آن و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی به دلیل برخی پدیده‌های اجتماعی مانند افسردگی، احساس غربت، تمایل به تفرد و تنهایی و ...	۰,۱۳, ۵
۱۶	داخلی	ضعف	فقدان یکپارچگی و استانداردسازی فرآیندهای مربوط به ارائه اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه در سطح مناطق عملیاتی	۰,۱۶, ۵
۱۷	داخلی	ضعف	عدم ترسیم نقشه دانش حوزه مسئولیت اجتماعی متناسب با ویژگی‌ها و اقتضات شهرستان بندر ماهشهر	۰,۲۴, ۵
۱۸	داخلی	ضعف	فقدان طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اقناع‌کننده و اعتمادآفرین به منظور تبیین نقش مستقیم و غیرمستقیم پشتیبانی صنعت پتروشیمی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی	۰,۲۹
۱۹	داخلی	ضعف	عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان	۰,۱۳, ۵
۲۰	داخلی	ضعف	ارائه ناهم‌تراز و نامتناسب امکانات و امتیازات به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس.	۰,۲۶
۲۱	داخلی	ضعف	ضعف شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی در ابعاد تعامل مطلوب با سایر شرکت‌های پتروشیمی، عدم تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و همچنین بهسازی و کوتاه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و پشتیبانی حوزه مسئولیت اجتماعی.	۰,۲۳
۲۲	داخلی	ضعف	تمایل به انجام وظایف و فعالیت‌های شرکت‌های غیرتولیدی توسط شرکت‌های تولیدی و تأمین مستقلانه و مستقیم نیازمندی‌های حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از کارکنان شرکت‌های تابعه	۰,۱۹, ۵

ادامه جدول شماره ۴۸: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۶۸	بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی به‌منظور کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی	فرصت	خارجی	۲۳
۰,۵۰	حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه	فرصت	خارجی	۲۴
۰,۵۶	نارسایی در توسعه زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و تمایل به انتقال کارکنان شرکت‌های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها	تهدید	خارجی	۲۵
۰,۵۵	ضعف در ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک گام اساسی و مقدماتی در مدیریت بهبود تغییرات شهرک بعثت	تهدید	خارجی	۲۶
۰,۵۱	وجود اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و همچنین کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و نیز عدم تلاش در جهت یافتن راهکارها و توسعه موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان از درجات مختلف امکانات و خدمات اجتماعی، آموزشی، رفاهی و ...	تهدید	خارجی	۲۷

جمع بندی محور دوم؛ فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

جدول شماره ۴۹: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۱۲	قوت	داخلی
۰,۲۲	ضعف	
۰,۸۴	فرصت	خارجی
۰,۵۴	تهدید	

جدول شماره ۵۰: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۴۳,۵	احساس مسئولیت شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل موثر به منظور زیست مسالمت‌آمیز جامعه محلی و صنعت در منطقه	قوت	داخلی	۲۸
۰,۳۱,۵	اجرای راهبرد تضعیف‌کننده و وابسته‌ساز نهادها و دستگاه‌های شهری از طریق طراحی و ساخت مستقلانه پروژه‌های توسعه‌ای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی به‌جای استفاده از راهبردهای توانمندساز مشارکت نهادهای شهری در پروژه‌های توسعه‌ای	ضعف	داخلی	۲۹
۰,۳۱	وجود خطوط انتقال محصولات پتروشیمی و انبارهای روباز وسیع به‌صورت غیراصولی در سطح فضای شهری و همچنین تغییر کاربری اراضی مسکونی و ... بر خلاف الزامات طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری	ضعف	داخلی	۳۰
۰,۵۵	فقدان اولویت‌دهی مستمر به اجرای پروژه‌های زیربنایی مهم در زمینه‌های شهری، از جمله احداث تصفیه‌خانه و یا کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله‌های ماهشهر، چمران و ...)، ترمیم کانال دور شهر طالقانی (جایگذاری کالبرت بتونی) و همچنین میدان‌های شهری و شهرسازی.	ضعف	داخلی	۳۱
۰,۳۹,۵	حمایت و پشتیبانی قانونی (غیرمالی) ناکافی و غیرمحرک شرکت‌های پتروشیمی از توسعه کارآفرینی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط تأمین‌کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لباس، پالت، جامبو، آب‌معدنی، خدمات فرهنگی و هنری در جامعه محلی.	ضعف	داخلی	۳۲
۰,۲۴,۵	فقدان رویکرد وحدت‌گرایانه، مشارکت‌جویانه و مشرفانه در انجام همکاری‌های فی‌مابین مدیران شهری دارای تنوع قومی و جمعیتی مختلف با شرکت‌های پتروشیمی	ضعف	داخلی	۳۳
۰,۳۵	ایجاد چالش‌های زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و ناوگان صنعتی در شرکت‌های پتروشیمی و بروز پیامدهای متعاقب اجرای «نظام‌نامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».	ضعف	داخلی	۳۴
۰,۲۶	ضعف در افنوع افکار عمومی و متقاعدسازی دستگاه‌ها و نهادهای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی	ضعف	داخلی	۳۵
۰,۶۱	وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها به‌منظور مهارت‌آموزی جوانان جویای کار منطقه با بهره‌گیری از امکانات آموزشی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی و سایر شرکت‌های پتروشیمی	فرصت	خارجی	۳۶
۰,۶۵	امکان سپرده‌گذاری سرمایه‌های شرکت‌های پتروشیمی در بانک‌ها و صندوق‌های مرتبط حوزه کارآفرینی سطح شهرستان و ارائه تسهیلات هدفمند و کافی به کارآفرینان جامعه محلی برای رونق تولید در صنایع کوچک و متوسط از محل آن	فرصت	خارجی	۳۷

ادامه جدول شماره ۵۰: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۵۶	تمایل به تأمین نیازمندی‌های کالایی و خدماتی شرکت‌های پتروشیمی به بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنعتی و خدماتی منطقه ماهشهر	فرصت	خارجی	۳۸
۰,۵۵,۵	فقدان الگوی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله‌ای و گام‌به‌گام در مدیریت طراحی و اجرای هدفمند و موثر طرح‌های عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه‌آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)	تهدید	خارجی	۳۹
۰,۴۹,۵	شکل‌گیری مدل ذهنی یکسویه حمایت یا عدم حمایت مطلق از برنامه‌های مدیران اجرایی و سیاسی شهر توسط صنایع پتروشیمی منطقه	تهدید	خارجی	۴۰

جمع بندی محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

جدول شماره ۵۱: نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۴۳	قوت	داخلی
۰,۳۴	ضعف	
۰,۶۰	فرصت	خارجی
۰,۵۲	تهدید	

جدول شماره ۵۲: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۵۱,۵	وجود گرایش به تدوین اسناد توسعه‌ای شهرستان و نیز شفاف‌سازی عرصه‌های نیاز به‌منظور تدقیق برنامه‌های مسئله‌محور قابل اجرا در سطح منطقه	قوت	داخلی	۴۱
۰,۴۱,۵	فراهم بودن زمینه هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان توسط دستگاه‌های حاکمیتی به‌منظور تسریع فرآیند همکاری و توسعه منطقه	قوت	داخلی	۴۲
۰,۵۰	عدم شناسایی ظرفیت‌ها، نیازها و اولویت‌دهی آن‌ها در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از فقدان مطالعات آمایشی و آینده‌نگر هدفمند و همچنین بانک‌های اطلاعاتی دقیق در مقیاس شهرستان	ضعف	داخلی	۴۳
۰,۵۴	اتکا به برنامه قدیمی، بخشی و غیریکپارچه توسعه شهرستان و عدم استفاده از ظرفیت‌های کارشناسی به‌منظور تدقیق آن	ضعف	داخلی	۴۴
۰,۵۱	نارسایی سند توسعه شهرستان ناشی از عدم وجود طرح‌های یکپارچه عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی (بهداشتی و ...)، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی	ضعف	داخلی	۴۵
۰,۳۶,۵	تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاهای کالبدی و فیزیکی و عدم توجه متوازن به تقویت نهادهای شهری در ابعاد برنامه‌ای و نرم‌افزاری.	ضعف	داخلی	۴۶
۰,۸۱,۵	امکان طراحی مدل‌های ترکیبی اکوسیستم کارآفرینی متناسب با ظرفیت منطقه (شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)	فرصت	خارجی	۴۷
۰,۵۷	پدیدآمدن بافت جغرافیایی انسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی ناشی از توجه نداشتن به روندهای سه‌گانه مهاجرتی و نیز عدم آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی بعدی منتج از توسعه صنعت در سطح شهرستان.	تهدید	خارجی	۴۸
۰,۸۰	رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی و فیزیکی در سطح شهرستان و عدم توان اقشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آن‌ها.	تهدید	خارجی	۴۹
۰,۶۷,۵	تشبیت نگرش نادرست مدیران ملی و استانی مبنی بر برخوردار بودن شهرستان بندر ماهشهر و نیز کم تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک دارایی و استانی	تهدید	خارجی	۵۰

جمع بندی محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر

مدیران شهری و پتروشیمی

جدول شماره ۵۳: ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی از نظر مدیران شهری و

پتروشیمی

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۴۷	قوت	داخلی
۰,۴۸	ضعف	
۰,۸۱	فرصت	خارجی
۰,۶۸	تهدید	

جدول شماره ۵۴: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی

محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی

امتیاز	مسئله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰,۸۷,۵	امکان صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ...، مانند مشاوره رفع آلاینده‌گی به‌منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده».	قوت	داخلی	۵۱
۰,۹۳,۵	عدم وجود راهبری و نظارت (به‌منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده (سهم آلاینده‌گی) در موقعیت و جایگاه خودش.	ضعف	داخلی	۵۲
۰,۸۸	عدم به‌کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی موجود در حوزه‌های مورد همکاری مشترک بین صنعت و نهادهای شهری	ضعف	داخلی	۵۳
۰,۵۵,۵	بهره‌گیری از اعطای معافیت ناشی از «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده» به‌عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بندر ماهشهر.	فرصت	خارجی	۵۴
۰,۶۹	امکان استفاده از ظرفیت «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» مبنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به‌منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.	فرصت	خارجی	۵۵
۰,۵۹,۵	بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مبنی بر کسر صد درصد وجوهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به‌منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به‌صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارت‌خانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.	فرصت	خارجی	۵۶
۰,۵۱,۵	بی توجهی به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین بند ب ماده ۹ قانون مالیات بر ارزش افزوده به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.	تهدید	خارجی	۵۷
۰,۴۵	عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به‌منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب.	تهدید	خارجی	۵۸

جمع بندی محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

جدول شماره ۵۵: ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی از نظر مدیران شهری و پتروشیمی

میانگین امتیازات	نقطه	عوامل
۰,۸۷,۵	قوت	داخلی
۰,۹۰,۷۵	ضعف	
۰,۶۱	فرصت	خارجی
۰,۴۸	تهدید	

تحلیل توصیفی:

۱. **نقاط قوت:** چنان‌که از مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط قوت از مجموع نظرات مدیران شهری و مدیران پتروشیمی مشخص می‌شود، گویه شماره ۵۱ که مربوط به استفاده شرکت‌های پتروشیمی از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... است، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط قوت است. همچنین گویه ۱۱ مربوط به تأمین محدود و کنترل‌شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی، دارای کمترین امتیاز و نشان‌دهنده کمترین اهمیت در نقاط قوت از منظر مدیران شهری و پتروشیمی است.
۲. **نقاط ضعف:** از مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط ضعف مشخص می‌شود از مجموع نظرات مدیران شهری و مدیران پتروشیمی، گویه شماره ۵۲ که بر عدم راهبری و نظارت بر منابع ناشی از قانون یک درصد آلاینده‌گی به‌منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه در موقعیت و جایگاه خودش اشاره دارد، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط ضعف است. همچنین گویه‌های شماره ۱۵ مربوط به فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی و نیز گویه ۱۹ مربوط به عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان با امتیاز یکسان، از نگاه مدیران پتروشیمی دارای پایین‌ترین امتیاز و نمایانگر کمترین اهمیت در نقاط ضعف هستند.
۳. **نقاط فرصت:** با مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط فرصت از نظر مجموع مدیران شهری و پتروشیمی مشخص می‌شود، گویه شماره ۸، مربوط به وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن، دارای بالاترین امتیاز و نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط فرصت است. همچنین گویه شماره ۲۴ که به حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه اشاره دارد، دارای پایین‌ترین امتیاز است که از منظر مدیران شهری و پتروشیمی، کمترین اهمیت در بین نقاط فرصت را نشان می‌دهد.
۴. **نقاط تهدید:** طبق مشاهده گویه‌های مربوط به نقاط تهدید، از منظر مدیران شهری و پتروشیمی گویه شماره ۱۰ مربوط به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده اعتماد دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران در خصوص تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»، بالاترین امتیاز را به دست آورده که نشان‌دهنده بیشترین اهمیت در نقاط تهدید است. همچنین گویه شماره ۵۸ مربوط به عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به‌منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب است که دارای پایین‌ترین امتیاز و نشان‌دهنده کمترین اهمیت در نقاط تهدید از نظر مدیران شهری و پتروشیمی می‌باشد.

تحلیل استنباطی:

با توجه به ارزیابی مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی، اولویت بر این است که ضمن بهره‌گیری از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... در جهت صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه، ضروری است با استفاده از ظرفیت سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و جهت‌دهی به شورای راهبردی متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن، موجبات استفاده بهینه از منابع ناشی از قانون یک درصد آلاینده‌گی و بهبود عملکرد شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی فراهم آید.

۵-۴-۳-۴- وضعیت مقایسه ای نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت اجتماعی

جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه ای

میانگین کل	میانگین مدیران		مسئله استراتژیک	نقطه	عامل	محور	ردیف
	پتروشیمی	شهری					
۰,۴۰,۵	۰,۴۹	۰,۳۲	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی	قوت	داخلی	۱	۱
۰,۲۷,۵	۰,۲۶	۰,۲۹	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	قوت	داخلی	۱	۲
۰,۵۰	۰,۵۳	۰,۴۷	رویکرد نامتوازن شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری و کمیته‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی در جهت تصویب و اجرای صرفاً پروژه‌های زیرساختی، فیزیکی و بلندمدت	ضعف	داخلی	۱	۳
۰,۴۳	۰,۴۶	۰,۴۰	فقدان نقش‌آفرینی استراتژیک شورای راهبردی در مسیر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع توسعه شهرستان	ضعف	داخلی	۱	۴
۰,۲۶,۵	۰,۳۴	۰,۱۹	حمایت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان داده شده شورای راهبردی	ضعف	داخلی	۱	۵
۰,۴۸	۰,۴۲	۰,۵۴	عدم توجه کافی شورای راهبردی به نیازها و تقاضاهای دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجرایی و عمومی و نیز اولویت‌دهی جبران مستقیم آسیب‌های وارده بر شهر و شهروندان	ضعف	داخلی	۱	۶
۰,۴۴	۰,۳۱	۰,۵۷	موقعیت غیرمستحکم شورای راهبردی منطقه ماهشهر به واسطه عدم مشارکت فراگیر و بدون واسطه همه اعضای شورا در اتخاذ تصمیمات و نیز طرح موضوعات موردی و برنامه‌ریزی نشده.	ضعف	داخلی	۱	۷
۰,۸۴,۵	۰,۸۵	۰,۸۴	وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن با لحاظ ویژگی‌های متنوع منطقه‌ای	فرصت	خارجی	۱	۸
۰,۵۶,۵	۰,۸۰	۰,۳۳	تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان	فرصت	خارجی	۱	۹

ادامه جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه ای

ردیف	محور	عامل	نقطه	مسئله استراتژیک	میانگین مدیران		میانگین کل
					پتروشیمی	شهری	
۱۰	۱	خارجی	تهدید	نگرش تثبیت شده دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران نسبت به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»	۰,۷۵	۰,۹۱	۰,۸۳
۱۱	۲	داخلی	قوت	تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی به‌منظور تنظیم روابط با نهادها و دستگاه‌های اجرایی	۰,۱۲	۰,۱۲	۰,۱۲
۱۲	۲	داخلی	ضعف	رویه‌های تصدی‌گرایانه ناکارآمد و غیراثربخش در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های غیرتولیدی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر	۰,۱۳	۰,۲۴	۰,۱۸,۵
۱۳	۲	داخلی	ضعف	عدم تحقق کامل ساختار هلدینگ به معنای جامع و فراگیر آن و ضعف در شکل‌گیری زنجیره ارزش در ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...	۰,۲۴	۰,۳۱	۰,۲۷,۵
۱۴	۲	داخلی	ضعف	عدم استقرار نظام برون‌سپاری توانمندساز و سازمان‌دهنده در جهت تأمین نیازهای کالاها و خدمات عمومی، نیمه‌صنعتی و صنعتی از طریق شکل‌دهی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط سطح شهرستان	۰,۳۸	۰,۳۱	۰,۳۴,۵
۱۵	۲	داخلی	ضعف	فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد طی ۱۰ سال اخیر و بروز مشکلات ناشی از بار مالی آن و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی به دلیل برخی پدیده‌های اجتماعی مانند افسردگی، احساس غربت، تمایل به تفرّد و تنهایی و ...	۰,۱۰	۰,۱۷	۰,۱۳,۵
۱۶	۲	داخلی	ضعف	فقدان یکپارچگی و استانداردسازی فرآیندهای مربوط به ارائه اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه در سطح مناطق عملیاتی	۰,۱۷	۰,۱۶	۰,۱۶,۵
۱۷	۲	داخلی	ضعف	عدم ترسیم نقشه دانش حوزه مسئولیت اجتماعی متناسب با ویژگی‌ها و اقتضات شهرستان بندر ماهشهر	۰,۲۷	۰,۲۲	۰,۲۴,۵
۱۸	۲	داخلی	ضعف	فقدان طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اقناع‌کننده و اعتمادآفرین به‌منظور تبیین نقش مستقیم و غیرمستقیم پشتیبانی صنعت پتروشیمی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی	۰,۲۹	۰,۲۹	۰,۲۹

ادامه جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت

اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه‌ای

ردیف	محور	عامل	نقطه	مسئله استراتژیک		میانگین کل	
				شهری	پتروشیمی		
۱۹	۲	داخلی	ضعف	عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان	۰,۱۲	۰,۱۵	۰,۱۳,۵
۲۰	۲	داخلی	ضعف	ارائه ناهم‌تراز و نامتناسب امکانات و امتیازات به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس.	۰,۲۳	۰,۲۹	۰,۲۶
۲۱	۲	داخلی	ضعف	ضعف شرکت عملیات غیر صنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی در ابعاد تعامل مطلوب با سایر شرکت‌های پتروشیمی، عدم تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و همچنین بهسازی و کوتاه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و پشتیبانی حوزه مسئولیت اجتماعی.	۰,۱۸	۰,۲۸	۰,۲۳
۲۲	۲	داخلی	ضعف	تمایل به انجام وظایف و فعالیت‌های شرکت‌های غیرتولیدی توسط شرکت‌های تولیدی و تأمین مستقلانه و مستقیم نیازمندی‌های حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از کارکنان شرکت‌های تابعه	۰,۱۳	۰,۲۶	۰,۱۹,۵
۲۳	۲	خارجی	فرصت	بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی به‌منظور کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی	۰,۸۹	۰,۴۷	۰,۶۸
۲۴	۲	خارجی	فرصت	حمایت از شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد منطقه	۰,۵۹	۰,۴۱	۰,۵۰
۲۵	۲	خارجی	تهدید	نارسایی در توسعه زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و تمایل به انتقال کارکنان شرکت‌های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها	۰,۳۲	۰,۸۰	۰,۵۶
۲۶	۲	خارجی	تهدید	ضعف در ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک گام اساسی و مقدماتی در مدیریت بهبود تغییرات شهرک بعثت	۰,۶۰	۰,۵۰	۰,۵۵

ادامه جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت

اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه ای

میانگین کل	میانگین مدیران		مسئله استراتژیک	نقطه	عامل	محور	ردیف
	پتروشیمی	شهری					
۰,۵۱	۰,۵۲	۰,۵۰	وجود اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و همچنین کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و نیز عدم تلاش در جهت یافتن راهکارها و توسعه موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان از درجات مختلف امکانات و خدمات اجتماعی، آموزشی، رفاهی و ...	تهدید	خارجی	۲	۲۷
۰,۴۳,۵	۰,۴۲	۰,۴۵	احساس مسئولیت شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل موثر به‌منظور زیست مسالمت‌آمیز جامعه محلی و صنعت در منطقه	قوت	داخلی	۳	۲۸
۰,۳۱,۵	۰,۲۸	۰,۳۵	اجرای راهبرد تضعیف‌کننده و وابسته‌ساز نهادها و دستگاه‌های شهری از طریق طراحی و ساخت مستقلانه پروژه‌های توسعه‌ای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی به‌جای استفاده از راهبردهای توانمندساز مشارکت نهادهای شهری در پروژه‌های توسعه‌ای	ضعف	داخلی	۳	۲۹
۰,۳۱	۰,۲۶	۰,۳۶	وجود خطوط انتقال محصولات پتروشیمی و انبارهای روباز وسیع به‌صورت غیراصولی در سطح فضای شهری و همچنین تغییر کاربری اراضی مسکونی و ... بر خلاف الزامات طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری	ضعف	داخلی	۳	۳۰
۰,۵۵	۰,۵۲	۰,۵۸	فقدان اولویت‌دهی مستمر به اجرای پروژه‌های زیربنایی مهم در زمینه‌های شهری، از جمله احداث تصفیه‌خانه و یا کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله‌های ماهشهر، چمران و ...)، ترمیم کانال دور شهر طالقانی (جایگذاری کالبرت بتونی) و همچنین میدان‌های شهری و شهرسازی.	ضعف	داخلی	۳	۳۱
۰,۳۹,۵	۰,۳۴	۰,۴۵	حمایت و پشتیبانی قانونی (غیرمالی) ناکافی و غیرمحرک شرکت‌های پتروشیمی از توسعه کارآفرینی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط تأمین‌کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لباس، پالت، جامبو، آب‌معدنی، خدمات فرهنگی و هنری در جامعه محلی.	ضعف	داخلی	۳	۳۲
۰,۲۴,۵	۰,۲۷	۰,۲۲	فقدان رویکرد وحدت‌گرایانه، مشارکت‌جویانه و مشرفانه در انجام همکاری‌های فی‌مابین مدیران شهری دارای تنوع قومی و جمعیتی مختلف با شرکت‌های پتروشیمی	ضعف	داخلی	۳	۳۳
۰,۳۵	۰,۳۵	۰,۳۵	ایجاد چالش‌های زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و ناوگان صنعتی در شرکت‌های پتروشیمی و بروز پیامدهای متعاقب اجرای «نظام‌نامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».	ضعف	داخلی	۳	۳۴

ادامه جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت

اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه ای

ردیف	محور	عامل	نقطه	مسئله استراتژیک	میانگین مدیران		میانگین کل
					پتروشیمی	شهری	
۳۵	۳	داخلی	ضعف	ضعف در اقلع افکار عمومی و متقاعدسازی دستگاه‌ها و نهادهای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی	۰,۳۳	۰,۱۹	۰,۲۶
۳۶	۳	خارجی	فرصت	وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها به منظور مهارت‌آموزی جوانان جویای کار منطقه با بهره‌گیری از امکانات آموزشی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی و سایر شرکت‌های پتروشیمی	۰,۶۱	۰,۶۱	۰,۶۱
۳۷	۳	خارجی	فرصت	امکان سپرده‌گذاری سرمایه‌های شرکت‌های پتروشیمی در بانک‌ها و صندوق‌های مرتبط حوزه کارآفرینی سطح شهرستان و ارائه تسهیلات هدفمند و کافی به کارآفرینان جامعه محلی برای رونق تولید در صنایع کوچک و متوسط از محل آن	۰,۴۸	۰,۸۲	۰,۶۵
۳۸	۳	خارجی	فرصت	تمایل به تأمین نیازمندی‌های کالایی و خدماتی شرکت‌های پتروشیمی به بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنعتی و خدماتی منطقه ماهشهر	۰,۴۹	۰,۶۴	۰,۵۶
۳۹	۳	خارجی	تهدید	فقدان الگوی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله‌ای و گام‌به‌گام در مدیریت طراحی و اجرای هدفمند و موثر طرح‌های عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه‌آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)	۰,۵۴	۰,۵۷	۰,۵۵,۵
۴۰	۳	خارجی	تهدید	شکل‌گیری مدل ذهنی یکسویه حمایت یا عدم حمایت مطلق از برنامه‌های مدیران اجرایی و سیاسی شهر توسط صنایع پتروشیمی منطقه	۰,۵۹	۰,۴۰	۰,۴۹,۵
۴۱	۴	داخلی	قوت	وجود گرایش به تدوین اسناد توسعه‌ای شهرستان و نیز شفاف‌سازی عرصه‌های نیاز به منظور تدقیق برنامه‌های مسئله‌محور قابل اجرا در سطح منطقه	۰,۴۲	۰,۶۱	۰,۵۱,۵
۴۲	۴	داخلی	قوت	فراهم بودن زمینه هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان توسط دستگاه‌های حاکمیتی به منظور تسریع فرآیند همکاری و توسعه منطقه	۰,۴۳	۰,۴۰	۰,۴۱,۵
۴۳	۴	داخلی	ضعف	عدم شناسایی ظرفیت‌ها، نیازها و اولویت‌دهی آن‌ها در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از فقدان مطالعات آمایشی و آینده‌نگر هدفمند و همچنین بانک‌های اطلاعاتی دقیق در مقیاس شهرستان	۰,۵۱	۰,۴۹	۰,۵۰

ادامه جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت

اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه ای

میانگین کل	میانگین مدیران		مسئله استراتژیک	نقطه	عامل	محور	ردیف
	پتروشیمی	شهری					
۰,۵۴	۰,۵۰	۰,۵۸	اتکا به برنامه قدیمی، بخشی و غیریکپارچه توسعه شهرستان و عدم استفاده از ظرفیت‌های کارشناسی به منظور تدقیق آن	ضعف	داخلی	۴	۴۴
۰,۵۱	۰,۵۵	۰,۴۷	نارسایی سند توسعه شهرستان ناشی از عدم وجود طرح‌های یکپارچه عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی(بهداشتی و ...)، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی	ضعف	داخلی	۴	۴۵
۰,۳۶,۵	۰,۳۴	۰,۳۹	تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاهای کالبدی و فیزیکی و عدم توجه متوازن به تقویت نهادهای شهری در ابعاد برنامه‌ای و نرم‌افزاری.	ضعف	داخلی	۴	۴۶
۰,۸۱,۵	۰,۷۷	۰,۸۶	امکان طراحی مدل‌های ترکیبی اکوسیستم کارآفرینی متناسب با ظرفیت منطقه(شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)	فرصت	خارجی	۴	۴۷
۰,۵۷	۰,۵۷	۰,۶۷	پدید آمدن بافت جغرافیایی انسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی ناشی از توجه نداشتن به روندهای سه‌گانه مهاجرتی و نیز عدم آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی بعدی منتج از توسعه صنعت در سطح شهرستان.	تهدید	خارجی	۴	۴۸
۰,۸۰	۰,۸۳	۰,۷۷	رهانشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی و فیزیکی در سطح شهرستان و عدم توان ا فشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آنها.	تهدید	خارجی	۴	۴۹
۰,۶۷,۵	۰,۷۲	۰,۶۳	تثبیت نگرش نادرست مدیران ملی و استانی مبنی بر برخوردار بودن شهرستان بندر ماهشهر و نیز کم تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک دارایی و استانی	تهدید	خارجی	۴	۵۰
۰,۸۷,۵	۰,۸۵	۰,۹۰	امکان صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ...، مانند مشاوره رفع آلاینده‌گی به منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده».	قوت	داخلی	۵	۵۱

ادامه جدول شماره ۵۶: میانگین مجموع نظرات مدیران شهری و پتروشیمی در خصوص مسائل استراتژیک ۵۸ گانه مسئولیت

اجتماعی در چارچوب SWOT به صورت مقایسه ای

ردیف	محور	عامل	نقطه	مسئله استراتژیک		میانگین کل	
				شهری	پتروشیمی		
۵۲	۵	داخلی	ضعف	عدم وجود راهبری و نظارت (به منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده (سهام آلاینده‌گی) در موقعیت و جایگاه خودش.	۰,۹۵	۰,۹۲	۰,۹۳,۵
۵۳	۵	داخلی	ضعف	عدم به کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی موجود در حوزه‌های مورد همکاری مشترک بین صنعت و نهادهای شهری	۰,۸۹	۰,۸۷	۰,۸۸
۵۴	۵	خارجی	فرصت	بهره‌گیری از اعطای معافیت ناشی از «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده» به عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بندر ماهشهر.	۰,۴۵	۰,۶۶	۰,۵۵,۵
۵۵	۵	خارجی	فرصت	امکان استفاده از ظرفیت «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» مبنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.	۰,۷۳	۰,۶۵	۰,۶۹
۵۶	۵	خارجی	فرصت	بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مبنی بر کسر صد درصد وجوهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارتخانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.	۰,۶۶	۰,۵۳	۰,۵۹,۵
۵۷	۵	خارجی	تهدید	بی توجهی به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین بند ب ماده ۹ قانون مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.	۰,۵۰	۰,۵۳	۰,۵۱,۵
۵۸	۵	خارجی	تهدید	عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب.	۰,۴۷	۰,۴۳	۰,۴۵

بخش ششم:

چشم‌انداز، اصول، سیاست‌ها و راهبردهای مسؤلیت اجتماعی در شهرستان بندر ماهشهر

امروزه استراتژی واژه‌ای است که به‌طور معمول در حوزه مدیریت به‌کار گرفته می‌شود ولی محدود به بخش خاصی نمی‌شود. استراتژی (راهبرد) در گسترده‌ترین معنای خود، ابزاری است که افراد یا سازمان‌ها از طریق آن به اهداف خود دست پیدا می‌کنند. در واقع استراتژی به‌عنوان یکی از اجزای برنامه استراتژیک برای پیدا کردن جهت صحیح و حرکت در مسیر آن است.

برای دستیابی به استراتژی‌های مناسب، مدل‌های مختلفی وجود دارد و هر مدل نیز جنبه‌هایی که در فرآیند مدیریت استراتژیک مهم است را شناسایی کرده و آن را در مدل پیشنهادی خود لحاظ کرده‌اند. با این حال تجزیه و تحلیل SWOT مشهورترین ابزار ممیزی و تجزیه و تحلیل موقعیت استراتژیک کلی و محیط آن است. این تجزیه و تحلیل، شناخت نظام‌یافته عوامل چهارگانه (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) و استراتژی‌ای است که بهترین ترکیب میان آن‌ها را منعکس می‌سازد. این نوع از تجزیه و تحلیل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوت‌ها و فرصت‌ها را حداکثر می‌کند و در عین حال، ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. این عوامل از زنجیره ارزش حوزه مسئولیت اجتماعی شهرستان ماهشهر، شناسایی گردید و بعد از احصاء شبکه مسائل و وزن‌دهی به آن، استراتژی‌های متناظر با هر مسأله و همچنین چشم‌انداز، اصول و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی تدوین و صورت‌بندی گردید.

در این فصل پس از ارائه چشم‌انداز و اصول مسئولیت اجتماعی، سیاست‌های شش‌گانه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس و صورت‌بندی ۱۰۰ استراتژی متناسب با مسائل ۵۸ گانه مسئولیت اجتماعی، ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردی در سطح منطقه ماهشهر ترسیم گردیده است.

۱-۶- چشم‌انداز مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در شهرستان بندر ماهشهر

سرآمدی در بسط و گسترش مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی اجتماعی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق حمایت و توسعه طرح‌های دانش‌محور، برنامه‌محور، تداوم‌بخش، جبران‌کننده، توانمندساز، کارآفرین و خرسندساز با مشارکت مجموعه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری جامعه محلی

۲-۶- اصول مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در شهرستان بندر ماهشهر

۱-۲-۶- توجه به توسعه متوازن شهرستان بندر ماهشهر با تأکید بر ابعاد زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی

۲-۲-۶- اولویت پشتیبانی و حمایت از طرح‌ها و برنامه‌های خدمات‌محور (کوتاه‌مدت) و عمرانی (بلندمدت) به صورت توأمان

۳-۲-۶- رعایت سیاست‌های منطقه‌ای وزارت نفت در زمینه مسئولیت اجتماعی در چارچوب «سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت»

۴-۲-۶- انتخاب روش‌های مشارکت‌محور در تعامل نهادهای شهری با شرکت‌های پتروشیمی به‌منظور تدوین و اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی

۵-۲-۶- اجتناب از تصدی‌گرایی در اجرای طرح‌های مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌های پتروشیمی

۶-۲-۶- اولویت طرح‌ها و پروژه‌های اشتغال‌زا و توانمندساز در مناطق محروم و کم‌برخوردار

- ۶-۲-۷- انتخاب مدل چهار وجهی در سازماندهی پروژه های عمرانی، شامل طراحی و پیشنهاد توسط واحدهای سازمانی و حاکمیتی، تصویب و نظارت شورای راهبردی و کمیته های معین آن، اجرا توسط واحدهای بخش خصوصی بومی و منطقه ای و به کارگیری دانش فنی فرا منطقه ای در فرآیند اجرا
- ۶-۲-۸- تسهیل روابط مسالمت آمیز و تعامل رضایت بخش میان بزرگان طوایف، نخبگان، کنشگران و فعالان اجتماعی، فرهنگی و نیز آحاد جامعه محلی و مدیران و کارکنان صنعت پتروشیمی در سطوح مختلف فردی، سازمانی و خانوادگی
- ۶-۲-۹- اولویت بهره گیری از ظرفیت های اجتماعی، اقتصادی، اقلیمی، بومی و منطقه ای در اجرای طرح های عمرانی و خدماتی
- ۶-۲-۱۰- تدوین برنامه عملیاتی مورد توافق با زمان بندی مشخص برای طرح های مسئولیت اجتماعی
- ۶-۲-۱۱- اجرای کاربست پیوست رسانه ای طرح های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر اقناع و متقاعدسازی افکار عمومی در جهت بهسازی نگرش جامعه محلی، منطقه ای و ملی به تأثیرات صنعت پتروشیمی
- ۶-۲-۱۲- اعمال نظارت های مرحله ای و نهایی بر اجرای طرح های مسئولیت اجتماعی.

۳-۶- سیاست‌های مسئولیت اجتماعی گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در شهرستان بندر ماهشهر

مجموعه استراتژی‌های تدوین شده در حوزه مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر در قالب شش سیاست ذیل پیگیری می‌شود:

۱-۳-۶- دانش‌سازی:

عبارت است از مجموعه سیاست‌هایی که در زمینه توسعه فرهنگ و دانش تخصصی زمینه مسئولیت اجتماعی در سطح مدیران و کارشناسان دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های محلی و شهری از قبیل توسعه شبکه‌های اطلاعاتی، تنظیم اسناد توسعه‌ای شهرستان، تشریح استانداردها، برگزاری آموزش‌های ترویجی، توسعه سازوکارهای مدیریت دانش و ... پیاده‌سازی می‌شود.

۲-۳-۶- یکپارچه‌سازی و چابک‌سازی:

مجموعه سیاست‌هایی که در راستای تدقیق برنامه‌ریزی‌ها، به‌کارگیری نظام‌ها و انسجام‌بخشی به رویکردها و رویه‌های شوراهای راهبردی، شرکت‌های پتروشیمی تابعه و دستگاه‌های حاکمیتی از قبیل؛ تدوین و بازبینی دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های مختلف، به‌کارگیری سامانه‌ها، اصلاح و بهبود ساختارها و فرآیندها و ... عملیاتی می‌شود.

۳-۳-۶- نگرش‌سازی:

مجموعه سیاست‌هایی که در راستای بهبود و اصلاح نگرش مدیران عالی، میانی و عملیاتی شرکت‌های پتروشیمی تابعه، دستگاه‌ها و نهادهای جامعه محلی و نیز آحاد مردم در خصوص الگوهای پیشرفت و روش‌های اجرایی فعالیت‌های حوزه مسئولیت اجتماعی از قبیل تمرکزبخشی فعالیت‌ها بر اساس مأموریت، بهره‌گیری از مدل‌های تعامل و مشارکت موثر، استفاده از الگوهای برنامه‌ریزی جدید، برگزاری رویدادهای مشترک با نهادهای شهری و ... اجرا می‌شود.

۴-۳-۶- مشارکت‌دهی:

مجموعه سیاست‌هایی که در راستای افزایش سهم مشارکت دستگاه‌ها و نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری و نیز بهره‌مندی از ظرفیت آن‌ها در برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و اقدامات مسئولیت اجتماعی از قبیل به‌کارگیری نظام مدیریت مشارکتی در سطح شورای راهبردی، مشارکت در شکل‌گیری و توسعه صنایع کوچک و متوسط، برگزاری رویدادهای مشترک با همکاری نهادهای جامعه محلی، استفاده از مدل تصمیم‌گیری تعاملی و هم‌آفرینی و ... انجام می‌شود.

۵-۳-۶- توانمندسازی:

مجموعه سیاست‌هایی که در راستای بالا بردن سطح مهارت‌ها، توانمندی‌ها و تخصص جامعه محلی از قبیل: تقویت اجزای زیست‌بوم کارآفرینی، توسعه سازوکارهای ارائه خدمات مرتبط با صنایع کوچک و متوسط، افزایش گستره آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، حمایت از تأمین مالی طرح‌ها، حمایت از توسعه تعاونی‌های روستایی و ... اجرا می‌شود.

۶-۳-۶- خرسندسازی:

مجموعه سیاست‌هایی که با رویکرد خدمات‌محور و عام‌المنفعه، در راستای افزایش میزان رضایت مردم و متقاعدسازی جامعه محلی از قبیل به اشتراک‌گذاری مدیریت شده ظرفیت‌ها و امکانات شرکت‌های پتروشیمی با جامعه محلی، ایجاد بلوک‌های مسکونی اختصاصی در مناطق شهری، ارتقای شفافیت در ارائه خدمات مسئولیت اجتماعی و ... انجام می‌پذیرد.

نمودار شماره ۲۴: سیاست‌های مسئولیت اجتماعی در شهرستان بندر ماهشهر



«صورت‌بندی مسائل استراتژیک مسئولیت اجتماعی در قالب استراتژی‌های متناظر با هر مسأله»

جدول شماره ۵۷: محور اول؛ کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر

امتیاز	استراتژی متناظر با مسأله استراتژیک	مسأله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۴۰	به‌کارگیری مجموعه نظام‌ها، سامانه‌ها و برنامه‌های پویا و به‌روز شونده از نیازها، اقتضانات و الزامات منطقه ای با تأکید بر عوامل و روندهای محیطی (PESTEL) توسط شورای راهبردی منطقه در جهت حمایت هدفمند، موثر و پایدار صنایع پتروشیمی از منطقه ماهشهر	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی	قوت	داخلی	۱
۰/۲۷	تقویت رویکرد تصمیم‌گیری پایین به بالا با به‌کارگیری مدل‌های هم‌آفرینی و مدیریت ارزش به‌منظور افزایش مشارکت ذی‌نفعان و عناصر موثر در برنامه‌ریزی طرح‌های مسئولیت اجتماعی	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر	قوت	داخلی	۲
۰/۵۰	تغییر رویکرد شوراها و کمیته‌های مسئولیت اجتماعی از پروژه‌محوری به مسأله‌محوری برنامه‌مدار با تمرکز متوازن بر برنامه‌های کوتاه مدت و میان مدت و بلندمدت	رویکرد نامتوازن شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری و کمیته‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی در جهت تصویب و اجرای صرفاً پروژه‌های زیرساختی، فیزیکی و بلندمدت	ضعف	داخلی	۳
۰/۴۳	به‌کارگیری راهکارهای هوشمند مبتنی بر پژوهش عملیاتی (OR) به عنوان بستر مکمل احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند توسعه شهرستان	فقدان نقش‌آفرینی استراتژیک شورای راهبردی در مسیر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع توسعه شهرستان	ضعف	داخلی	۴
	بهره‌گیری از منابع انسانی واجد نگرش استراتژیک به‌منظور مهندسی مجدد فرآیندهای احصاء نیاز و اولویت‌دهی با رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک				

ادامه جدول شماره ۵۷: محور اول: کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی

ردیف	عوامل	نقطه	مساله استراتژیک	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	امتیاز
۵	داخلی	ضعف	حمایت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان داده شده شورای راهبردی	گفتمان‌سازی در جلسات و کمیته‌های مشترک مدیران شهرستان به منظور تغییر نگرش در جهت کاهش مطالبات و تقاضاهای موردی و لزوم یکپارچه‌سازی و سازماندهی طرح‌های حمایتی مبتنی بر سند توسعه شهرستان	۰/۲۶
۶	داخلی	ضعف	عدم توجه کافی شورای راهبردی به نیازها و تقاضاهای دستگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجرایی و عمومی و نیز اولویت‌دهی جریان مستقیم آسیب‌های وارده بر شهر و شهروندان	آمایش نقاط خسارت‌دیده ناشی از پیامدهای مستقیم عملکرد واحدهای صنعتی در ابعاد زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی به منظور تخصیص اثربخش منابع اعتباری	۰/۴۸
				اختصاص سهم سالیانه معین با هدف اجرای طرح‌های بهبوددهنده و جبران‌ساز در نقاط خسارت‌دیده ناشی از فعالیت واحدهای صنعتی	
۷	داخلی	ضعف	موقعیت غیر مستحکم شورای راهبردی منطقه ماهشهر به واسطه عدم مشارکت فراگیر و بدون واسطه همه اعضای شورا در اتخاذ تصمیمات و نیز طرح موضوعات موردی و برنامه‌ریزی نشده.	به کارگیری نظام مدیریت مشارکتی در سطح شورای راهبردی و همچنین ارائه بازخوردهای منظم از عملکرد اعضای حقیقی و حقوقی شورا	۰/۴۴
۸	خارجی	فرصت	وجود سیاست‌ها و نظام‌نامه مصوب نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت و نیازمندی شورای راهبردی به جهت‌گیری متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مطروحه در آن با لحاظ ویژگی‌های متنوع منطقه‌ای	حاکمیت، تبعیت و بهره‌مندی از سیاست‌ها و نظام‌نامه‌های مصوب وزارت نفت در خصوص نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی صنعت نفت در جوامع محلی از طریق تعامل و پیوندسازی میان سیاستگذاران با برنامه‌ریزان منطقه‌ای	۰/۸۴
۹	خارجی	فرصت	تعامل شورای راهبردی با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر سطح شهرستان	استفاده از ظرفیت‌های اداری، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و صنعتی شهرستان‌های همجوار از طریق عضویت آنان در شوراهای کمیته‌ها، انجام برنامه‌ها و تعریف پروژه‌های مشارکتی و ...	۰/۵۶
۱۰	خارجی	تهدید	نگرش تثبیت شده دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران نسبت به فرآیندهای طولانی و سلب‌کننده تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی»	به کارگیری ظرفیت منابع انسانی واحدهای مختلف شرکت عملیات، تحت یک برنامه اصلاح و بهبود مشخص در جهت شفاف‌سازی و بهینه‌سازی فرآیندها با رویکرد اعتمادسازی برای دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران سطح شهرستان	۰/۸۳
				الکترونیکی‌سازی فرآیندهای ارائه خدمات به منظور افزایش سرعت و دقت در انجام برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌های مسئولیت اجتماعی	

جدول شماره ۵۸ : محور دوم: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	استراتژی متناظر با مسئله استراتژیک	امتیاز
۱۱	داخلی	قوت	تأمین محدود و کنترل شده تقاضاها و نیازهای اقتضایی در مراجعات اشخاص حقوقی از سوی شرکت‌های پتروشیمی به منظور تنظیم روابط با نهادها و دستگاه‌های اجرایی	تعیین سقف حمایتی سالانه و نیز به‌کارگیری سامانه‌های یکپارچه مدیریت تقاضا به منظور کنترل مراجعات اشخاص حقوقی و دستگاه‌ها و نهاد‌های اجرایی	۰/۱۲
۱۲	داخلی	ضعف	رویه‌های تصدی گرایانه ناکارآمد و غیراثربخش در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های غیرتولیدی صنایع پتروشیمی منطقه ماهشهر	ارائه برنامه مدیریت بهبود ساختاری، فرآیندی و عملکردی متناظر با رسالت‌ها و اهداف عملیاتی تعیین شده برای شرکت‌های غیرتولیدی منطقه	۰/۱۸
				تغییر رویکرد مدیران عامل شرکت‌های پتروشیمی از تصدی مستقلانه در مدیریت فضاهای خدماتی به تمرکزبخشی بر اساس مأموریت و اهداف عملیاتی شرکت‌های غیرتولیدی	
۱۳	داخلی	ضعف	عدم تحقق کامل ساختار هلدینگ به معنای جامع و فراگیر آن و ضعف در شکل‌گیری زنجیره ارزش در ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...	تنظیم‌گری ساختارها، فرآیندها و همچنین نقش‌های موجود زنجیره ارزش شرکت‌های خدماتی گروه صنایع پتروشیمی در هر یک از ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی	۰/۲۷
				برگزاری جلسات دوره‌ای مشترک بین شرکت‌های خدماتی با مدیران ستادی جهت شناسایی نارسایی‌ها و خلأهای آیین‌نامه داخلی مالی و معاملاتی گروه صنایع پتروشیمی و پیگیری اصلاح آن‌ها	
۱۴	داخلی	ضعف	عدم استقرار نظام برون‌سپاری توانمندساز و سازمان‌دهنده در جهت تأمین نیازهای کالاها و خدمات عمومی، نیمه‌صنعتی و صنعتی از طریق شکل‌دهی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط سطح شهرستان	مشارکت، نظارت و هدایت در ایجاد و بهره‌گیری جامعه محلی از بسترهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری حمایتی در زمینه‌های مختلف خدمات کسب‌وکار، به منظور شکل‌گیری و توسعه صنایع کوچک و متوسط	۰/۳۴

ادامه جدول شماره ۵۸: محور دوم: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۱۳	بررسی عوامل افزایش تقاضای بازنشستگی پیش از موعد و ایجاد هماهنگی در اتخاذ تصمیمات مدیریتی متناسب با هر یک از عوامل	فقدان برنامه‌ریزی مطلوب منابع انسانی در خصوص تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد طی ۱۰ سال اخیر و بروز مشکلات ناشی از بار مالی آن و کاهش منابع انسانی خبره در شرکت‌های پتروشیمی به دلیل برخی پدیده‌های اجتماعی مانند افسردگی، احساس غربت، تمایل به تفرّد و تنهایی و ...	ضعف	داخلی	۱۵
	بازبینی و بازنگری در دستورالعمل‌های بازنشستگی پیش از موعد شرکت‌های تابعه گروه به‌منظور توسعه سازوکارهای حفظ سرمایه‌های انسانی خبره و مدیریت دانش				
۰/۱۶	یکپارچه‌سازی الزامات، مشخصات، ویژگی‌ها، ابعاد و روش اجرای هر یک از فرآیندهای مربوط به مسئولیت اجتماعی با توجه به استانداردهای حوزه مسئولیت اجتماعی (ایزو ۲۶۰۰۰ و GRI)	فقدان یکپارچگی و استانداردهای فرآیندهای مربوط به ارائه اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه در سطح مناطق عملیاتی	ضعف	داخلی	۱۶
۰/۲۴	توسعه سازوکارهای مدیریت دانش با رویکردهای نوین از طریق افزایش قابلیت‌های استفاده مجدد از دانش و نیز تبدیل آن به فناوری مدیریتی	عدم ترسیم نقشه دانش حوزه مسئولیت اجتماعی متناسب با ویژگی‌ها و اقتضانات شهرستان بندر ماهشهر	ضعف	داخلی	۱۷
۰/۲۹	تمرکزبخشی در برنامه‌ریزی مشارکتی به‌منظور تدوین شیوه‌نامه اطلاع‌رسانی و معرفی اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی با هدف تعیین تعهدات، ارکان، رویکردها و شیوه‌های متقاعدسازی جامعه محلی	فقدان طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اقناع‌کننده و اعتمادآفرین به‌منظور تبیین نقش مستقیم و غیرمستقیم پشتیبانی صنعت پتروشیمی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی	ضعف	داخلی	۱۸
	طراحی سازوکار اجرای مستمر برنامه‌های مستندنگاری اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی برای جامعه محلی				
۰/۱۳	ایجاد و گسترش برنامه دوره‌ای رتبه‌بندی شرکت‌های فعال در عرصه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی از طریق طراحی و توسعه سازوکارهای تخصصی، تحت راهبری گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس	عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی و درجه‌گذاری شرکت‌های پتروشیمی فعال در عرصه‌های محیط‌زیست، آموزش، طرح‌های زیربنایی، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی سطح شهرستان	ضعف	داخلی	۱۹

ادامه جدول شماره ۵۸ : محور دوم: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۲۶	به‌روزرسانی نظام‌نامه جبران خدمات شایسته‌محور به‌منظور ایجاد وحدت رویه از طریق تبیین سیاست‌ها و خطی‌مشی‌ها در پنج بعد شایستگی، آینده‌نگری، جامعیت، عدالت و انعطاف‌پذیری	ارائه ناهم‌تراز و نامتناسب امکانات و امتیازات به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکت‌های تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس.	ضعف	داخلی	۲۰
۰/۲۳	به‌کارگیری مهندسی مجدد فرآیندها (BPR) و نیز توسعه نظام منابع انسانی در ستاد شرکت عملیات غیرصنعتی با تأکید بر زیرنظام‌های آموزش و توانمندسازی، توسعه و ارتقای مسیر شغلی، نظام ارزشیابی عملکرد و نیز فرهنگ و روابط شغلی	ضعف شرکت عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی در ابعاد تعامل مطلوب با سایر شرکت‌های پتروشیمی، عدم تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و همچنین بهسازی و کوتاه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و پشتیبانی حوزه مسئولیت اجتماعی.	ضعف	داخلی	۲۱
۰/۱۹	مدیریت بهبود ساختارها و مأموریت‌های هر یک از شرکت‌های غیرتولیدی در سطوح مختلف کارشناسان، مدیران میانی و مدیران عالی به منظور تصمیم‌سازی در جهت ادغام یا تفکیک وظایف	تمایل به انجام وظایف و فعالیت‌های شرکت‌های غیرتولیدی توسط شرکت‌های تولیدی و تأمین مستقلانه و مستقیم نیازمندی‌های حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از کارکنان شرکت‌های تابعه	ضعف	داخلی	۲۲
۰/۶۸	برگزاری برنامه‌ها و رویدادهای مشترک فرهنگی و آموزشی با نهادها و دستگاه‌های شهری سطح منطقه با رویکرد توانمندسازی آن‌ها	بهره‌مندی فراگیر، ارزان و متناسب از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی توسط آحاد جامعه محلی به‌منظور کاهش شکاف طبقاتی و آموزشی	فرصت	خارجی	۲۳
	به اشتراک‌گذاری مدیریت شده ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی با اقشار مختلف مردمی سطح منطقه به‌صورت ارزان ضمن حفظ کیفیت خدمات برای کارکنان				
	توسعه امکانات سخت‌افزاری و نیز ظرفیت‌های نرم‌افزاری با نگاه به استفاده حداکثری جامعه محلی از خدمات فرهنگی، آموزشی و رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با تأکید بر سهولت دسترسی و قیمت متناسب با طبقه اقتصادی				

ادامه جدول شماره ۵۸ : محور دوم: فرآیندهای داخلی شرکت های صنایع پتروشیمی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۵۰	تقویت و توسعه زیرساخت های فیزیکی با استفاده از ظرفیت های استانداری، شرکت شهرک های صنعتی و اداره صمت استان و اختصاص آن برای صنایع میان دستی و پایین دستی سطح شهرستان	حمایت از شکل گیری هلدینگ صنایع میان دستی و پایین دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و توسعه سرمایه گذاری در اقتصاد منطقه	فرصت	خارجی	۲۴
	توسعه ساختارها و سازوکارهای مرتبط با خدمات مورد نیاز صنایع میان دستی و پایین دستی به منظور تسهیل فرآیندهای کسب و کاری و جلب مشارکت ذی نفعان برای توسعه اکوسیستم اقتصادی منطقه				
	توسعه فعالیت های ترویجی به منظور تقویت فرهنگ مبتنی بر همکاری مشترک صنعتی و نیز فرهنگ سرمایه گذاری جهت جلب سرمایه گذار به منطقه				
۰/۵۶	فعال سازی سازوکارهای مبتنی بر خلاقیت و نوآوری مولد به منظور خارج نمودن کارکنان و خانواده ایشان از وضعیت یکنواختی ناشی از کمبود زیرساخت های فرهنگی و تفریحی	نارسایی در توسعه زیرساخت های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی متناسب با سطح نیاز منطقه و افزایش مهاجرت و تمایل به انتقال کارکنان شرکت های پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها	تهدید	خارجی	۲۵
	تقویت مشارکت هدفمند و مبتنی بر نیاز شرکت های پتروشیمی با دستگاهها و نهادهای شهری به منظور تأمین و توسعه امکانات، تجهیزات و تأسیسات خدماتی، زیربنایی و عمرانی سطح شهرستان				
	استفاده از ظرفیت های قانونی و سیاست های منابع انسانی در جهت کنترل حجم مهاجرت کارکنان از طریق هماهنگی بین ادارات منابع انسانی شرکت های پتروشیمی منطقه				

ادامه جدول شماره ۵۸ : محور دوم: فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۵۵	هم‌راستاسازی سیاست‌های توسعه زیرساخت‌های جدید و امکانات رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با سیاست‌های تمرکززدایی (مانند شهرک بعثت) و نگاه بلندمدت به افزایش مزیت زندگی در شهرهای مجاور	ضعف در ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک گام اساسی و مقدماتی در مدیریت بهبود تغییرات شهرک بعثت	تهدید	خارجی	۲۶
	اتخاذ سیاست تمرکززدایی در جایدهی کارکنان پتروشیمی، در قالب ایجاد و توسعه بلوک‌های مسکونی اختصاصی در مناطق شهری و ارائه تسهیلات مسکن به آن‌ها جهت بهره‌مندی از این واحدها				
	ضربدهی به طرح‌های توسعه اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت در سطح شورای راهبردی و نیز جلب مشارکت مسئولین این شهرها به‌منظور تصمیم‌سازی‌های مشترک و یکپارچه				
۰/۵۱	اقدام در جهت یکپارچه‌سازی نظام رتبه‌بندی کارکنان بین مجموعه شرکت‌های پتروشیمی تابعه گروه با سایر شرکت‌ها و صنایع مرتبط به‌منظور ایجاد هماهنگی در پرداخت حقوق و دستمزد و جبران خدمات	وجود اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و همچنین کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و نیز عدم تلاش در جهت یافتن راهکارها و توسعه موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان از درجات مختلف امکانات و خدمات اجتماعی، آموزشی، رفاهی و ...	تهدید	خارجی	۲۷
	ایجاد بستر برای حمایت معنوی و مادی از افراد مستعد جامعه محلی به‌منظور پیشرفت ایشان در موقعیت‌گوناگون اجتماعی، فرهنگی و آموزشی با بهره‌مندی از امکانات موجود در صنایع پتروشیمی				

جدول شماره ۵۹: محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۴۳	بهره‌گیری از مدل همکاری برد - برد در تفاهم‌ها و تعاملات مدیران پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای شهری	احساس مسئولیت شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل موثر به‌منظور زیست مسالمت‌آمیز جامعه محلی و صنعت در منطقه	قوت	داخلی	۲۸
	رسمیت‌بخشی و تدوین دستورالعمل‌ها و روش‌های اجرایی به‌منظور تبیین نقش‌های عملیاتی و شیوه‌های ارائه خدمات متقابل شرکت‌های پتروشیمی و دستگاه‌ها و نهادهای شهری				
۰/۳۱	تدوین مدل مطلوب مشارکت توسط سازمان منطقه ویژه اقتصادی با لحاظ ساختار، فرآیندها و سازوکارهای حکمرانی مشارکت و نیز حدود رضایتمندی و تأمین منافع ذی‌نفعان	اجرای راهبرد تضعیف‌کننده و وابسته‌ساز نهادها و دستگاه‌های شهری از طریق طراحی و ساخت مستقلانه پروژه‌های توسعه‌ای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی به‌جای استفاده از راهبردهای توانمندساز مشارکت نهادهای شهری در پروژه‌های توسعه‌ای	ضعف	داخلی	۲۹
	تدوین و اجرای دستورالعمل‌های عملیاتی به‌منظور تغییر رویه مدیران پتروشیمی در جلسات شورای راهبردی و کمیته مسئولیت اجتماعی خصوص بهره‌گیری از مدل‌های مشارکتی یا واگذاری مطلق در تعامل با نهادهای شهری				
۰/۳۱	تشکیل شورای تخصصی در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی به‌منظور شناسایی موارد تغییر کاربری اراضی مسکونی، خطوط انتقال محصولات و انبارهای روباز غیر اصولی مورد مناقشه صنایع پتروشیمی با شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی و حاکمیتی شهرستان	وجود خطوط انتقال محصولات پتروشیمی و انبارهای روباز وسیع به‌صورت غیر اصولی در سطح فضای شهری و همچنین تغییر کاربری اراضی مسکونی و ... بر خلاف الزامات طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری	ضعف	داخلی	۳۰
	الزام واحدهای برنامه‌ریزی و توسعه به بررسی و بازطراحی پروژه‌های جاری و آتی شرکت‌های پتروشیمی منطقه از منظر طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری				
۰/۵۵	استقرار و به‌کارگیری سازوکارهای مدیریت ریسک در شورای راهبردی شرکت‌های منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی به‌منظور بررسی ریسک‌های اجتماعی پروژه‌های زیربنایی و اولویت‌بندی مجدد آن‌ها	فقدان اولویت‌دهی مستمر به اجرای پروژه‌های زیربنایی مهم در زمینه‌های شهری، از جمله احداث تصفیه‌خانه و یا کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله‌های ماهشهر، چمران و ...)، ترمیم کانال دور شهر طالقانی (جایگذاری کالبرت بتونی) و همچنین میدان‌های شهری و شهرسازی.	ضعف	داخلی	۳۱

ادامه جدول شماره ۵۹: محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۳۹	بازدید مدیران صنایع پتروشیمی منطقه از مجموعه‌های پیشرو در حوزه کار آفرینی و نوآوری صنعت نفت کشور و مشاهده ظرفیت‌ها و دستاوردهای آن‌ها	حمایت و پشتیبانی قانونی (غیر مالی) ناکافی و غیر محرک شرکت‌های پتروشیمی از توسعه کار آفرینی و تقویت واحدهای صنعتی کوچک و متوسط تأمین‌کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لباس، پالت، جامبو، آب‌معدنی، خدمات فرهنگی و هنری در جامعه محلی.	ضعف	داخلی	۳۲
	طراحی و تدوین مجموعه حمایت‌ها و خدمات قابل ارائه توسط صنایع پتروشیمی منطقه، ناظر به هر یک از مراحل توسعه محصول، توسعه تولید و توسعه بازار				
	ایجاد ظرفیت‌های قانونی حمایت از صنایع کوچک و متوسط از طریق اصلاح آیین‌نامه مالی_معاملاتی شرکت‌های صنایع پتروشیمی منطقه				
۰/۲۴	ایجاد بستر برای تصمیم‌گیری تعاملی و هم‌آفرینی در اجرای هر یک از پروژه‌های مرتبط با صنایع پتروشیمی منطقه	فقدان رویکرد وحدت‌گرایانه، مشارکت‌جویانه و مشرفانه در انجام همکاری‌های فی‌مابین مدیران شهری دارای تنوع قومی و جمعیتی مختلف با شرکت‌های پتروشیمی	ضعف	داخلی	۳۳
	به‌کارگیری سازگارهای «مدیریت تنوع» در سطح شرکت‌های پتروشیمی منطقه به‌منظور جایگزینی اصول حرفه‌ای در ساختارهای مدیریت منابع انسانی				
۰/۳۵	نهادینه‌سازی فرهنگ نوآوری در واحدهای تعمیر و نگهداری به‌منظور کاهش مقاومت متخصصان رده بالا در برابر به‌روزرسانی تجهیزات صنعتی فرسوده و آلاینده صنایع پتروشیمی منطقه با فناوری‌های جایگزین	ایجاد چالش‌های زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و ناوگان صنعتی در شرکت‌های پتروشیمی و بروز پیامدهای متعاقب اجرای «نظام‌نامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».	ضعف	داخلی	۳۴
	همکاری با سازمان‌ها، نهادها، انجمن‌های صنفی، بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان به‌منظور نوسازی تجهیزات صنعتی فرسوده با رویکرد ساخت داخل				
۰/۲۶	ایجاد بستر یکپارچه در سازمان منطقه ویژه اقتصادی برای ارتقای شفافیت در ارائه خدمات مسئولیت اجتماعی و افزایش قدرت پاسخگویی شرکت‌های پتروشیمی در برابر فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده در منطقه	ضعف در افق‌افکار عمومی و متقاعدسازی دستگاه‌ها و نهادهای شهری توسط شرکت‌های پتروشیمی در زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی	ضعف	داخلی	۳۵
۰/۶۱	پیاپی‌سازی مدل‌های ترویج و تحریک کار آفرینی (مانند مدرسه اشتغال یا شتابدهنده استعداد) در شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی به‌منظور بهبود وضعیت اشتغال فارغ‌التحصیلان و جذب مؤثر نیروی آماده‌به‌کار، جوان و خلاق برای شرکت‌های پتروشیمی سطح منطقه	وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها به‌منظور مهارت‌آموزی جوانان جویای کار منطقه با بهره‌گیری از امکانات آموزشی شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی و سایر شرکت‌های پتروشیمی	فرصت	خارجی	۳۶
	افزایش گستره آموزش‌های فنی و مهارتی برای جوانان مستعد سطح منطقه با استفاده از سازوکارهای همکاری مشترک شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط				
	حمایت مالی صنایع پتروشیمی منطقه از مجموعه‌های فنی و حرفه‌ای و غیره به‌منظور توسعه زمینه‌های مهارت‌افزا در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی				

ادامه جدول شماره ۵۹: محور سوم؛ نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری

ردیف	عوامل	نقطه	مساله استراتژیک	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	امتیاز
۳۷	خارجی	فرصت	امکان سپرده‌گذاری سرمایه‌های شرکت‌های پتروشیمی در بانک‌ها و صندوق‌های مرتبط حوزه کار آفرینی سطح شهرستان و ارائه تسهیلات هدفمند و کافی به کار آفرینان جامعه محلی برای رونق تولید در صنایع کوچک و متوسط از محل آن	انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری با بانک‌ها و صندوق‌های سطح استان و شهرستان به منظور تأمین مالی مشترک طرح‌ها و پروژه‌های اشتغال آفرینی برای جامعه محلی به کارگیری ظرفیت‌های قانونی موجود و نیز اصلاح آیین‌نامه‌های مرتبط با نحوه سپرده‌گذاری و سرمایه‌گذاری توسط واحدهای مالی در صنایع پتروشیمی به منظور جهت‌دهی بخشی از منابع به سوی بانک‌ها و صندوق‌های سطح شهرستان	۰/۶۵
۳۸	خارجی	فرصت	تمایل به تأمین نیازمندی‌های کالایی و خدماتی شرکت‌های پتروشیمی به بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنعتی و خدماتی منطقه ماهشهر	ایجاد پلتفرم منطقه‌ای به منظور اعلام نیازمندی‌های عمومی و تخصصی صنایع پتروشیمی منطقه و همچنین ثبت توانمندی‌های اشخاص حقیقی و حقوقی تحت مدیریت سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای توانمندسازی و حمایت از شرکت‌های منطقه در تأمین نیازهای عمومی و تخصصی شرکت‌های پتروشیمی ماهشهر برگزاری سلسله رویدادهای نوآوری باز خدمات‌محور توسط صنایع پتروشیمی منطقه با همکاری سازمان‌های متولی و بخش خصوصی	۰/۵۶
۳۹	خارجی	تهدید	فقدان الگوی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله‌ای و گام‌به‌گام در مدیریت طراحی و اجرای هدفمند و موثر طرح‌های عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکت‌های پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه‌آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)	دعوت موردی از نخبگان، فعالان و مسئولان شهرستان به منظور استفاده از دانش ضمنی و نیز مشارکت تحت مدل برنامه‌ریزی مرحله‌ای در هر یک از طرح‌ها و پروژه‌های شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی طراحی و استقرار نظام تخصیص اعتبار مبتنی بر عملکرد در شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی و تعیین سازوکارهای عملیاتی شدن آن	۰/۵۵
۴۰	خارجی	تهدید	شکل‌گیری مدل ذهنی یکسویه حمایت یا عدم حمایت مطلق از برنامه‌های مدیران اجرایی و سیاسی شهر توسط صنایع پتروشیمی منطقه	طراحی و تنظیم فرآیندها و رویه‌های سازمانی شرکت‌های پتروشیمی بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ و تأکید بر همکاری با توجه اصول رفتار اخلاقی، احترام به منافع ذی‌نفعان و احترام به حاکمیت قانون	۰/۴۹

جدول شماره ۶۰: محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۵۱	ویرایش و به‌روزرسانی اسناد توسعه‌ای شهرستان با رعایت اصول و مبانی علمی از طریق هم‌آفرینی بین مسئولین دستگاه‌ها و نهادهای شهری	وجود گرایش به تدوین اسناد توسعه‌ای شهرستان و نیز شفاف‌سازی عرصه‌های نیاز به‌منظور تدقیق برنامه‌های مسأله‌محور قابل اجرا در سطح منطقه	قوت	داخلی	۴۱
۰/۴۱	به‌کارگیری الگوی مثلث توسعه اقتصادی – فرهنگی توسط فرمانداری شهرستان به‌منظور پیوند کارگزاران حکومت، نمایندگان مجلس و نیز شرکت‌های پتروشیمی منطقه	فراهم بودن زمینه هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان توسط دستگاه‌های حاکمیتی به‌منظور تسریع فرآیند همکاری و توسعه منطقه	قوت	داخلی	۴۲
	تشکیل تیم‌های کاری مسأله‌محور بین سازمانی و تفویض مسئولیت و اختیارات قانونی به‌منظور افزایش مشارکت و هماهنگی برای حل چالش‌های سطح منطقه				
۰/۵۰	برنامه‌ریزی و حمایت در جهت توسعه شبکه‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات در سطح شهرستان به‌منظور ایجاد زمینه برای مطالعات آینده	عدم شناسایی ظرفیت‌ها، نیازها و اولویت‌دهی آن‌ها در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از فقدان مطالعات آمایشی و آینده‌نگر هدفمند و همچنین بانگ‌های اطلاعاتی دقیق در مقیاس شهرستان	ضعف	داخلی	۴۳
	تشکیل مستمر جلسات کارگروه توسعه و ترویج مطالعات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی به‌منظور تصمیم‌گیری در مورد مجموعه اقدامات آموزشی، پژوهشی و آمایشی				
۰/۵۴	بهره‌گیری از ظرفیت نیم‌های آینده‌پژوهی خبره به‌منظور اجرای برنامه آینده‌نگاری شهرستان بر اساس «اقتضانات منطقه‌ای و محلی»، «نیازهای پیش‌ران و تحول‌ساز»، «ظرفیت طراحی و ساخت و تحویل پروژه‌ها در منطقه و شهرستان» و نیز «اولویت و فوریت‌های حیاتی برای آحاد جامعه محلی» و همچنین تدوین مجموعه اسناد مربوطه با مشارکت همه ذی‌نفعان	انگابا برنامه قدیمی، بخشی و غیر یکپارچه توسعه شهرستان و عدم استفاده از ظرفیت‌های کارشناسی به‌منظور تدقیق آن	ضعف	داخلی	۴۴
۰/۵۱	طراحی و تدوین طرح‌های یکپارچه عملیاتی با رویکرد هم‌آفرینی با مشارکت کلیدی و مؤثر کارشناسان، خبرگان و ذی‌نفعان مرتبط با هر یک از حوزه‌های زیست محیطی، اجتماعی، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی منطبق بر اسناد کلان شهرستان	نارسایی سند توسعه شهرستان ناشی از عدم وجود طرح‌های یکپارچه عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی	ضعف	داخلی	۴۵
۰/۳۶	گسترش ظرفیت (منابع و مدیریت) نهادها و دستگاه‌های اجرایی و شهری به‌منظور توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز در سطح منطقه	تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاها کالبدی و فیزیکی و عدم توجه متوازن به تقویت نهادهای شهری در ابعاد برنامه‌ای و نرم‌افزاری.	ضعف	داخلی	۴۶
	ارائه مشاوره تعیین استراتژی نوآوری، در تناسب با هر یک از سازمان‌ها و شرکت‌های مرتبط با توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز در سطح منطقه				

ادامه جدول شماره ۶۰: محور چهارم؛ ظرفیت‌های نهادهای شهری و قابلیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی

ردیف	عوامل	نقطه	مسئله استراتژیک	استراتژی متناظر با مسئله استراتژیک	امتیاز
۴۷	خارجی	فرصت	امکان طراحی مدل‌های ترکیبی اکوسیستم کارآفرینی متناسب با ظرفیت منطقه (شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)	تدوین برنامه ترویج فرهنگ کارآفرینی در مقیاس شهرستان با همکاری نهادها و دستگاه‌های متولی توسعه کارآفرینی	۰/۸۱
				تقویت اجزای موجود زیست‌بوم کارآفرینی شهرستان و کمک به شکل‌گیری ارگانیک مراکز تسهیل‌گر، توانمندساز و حامی از طریق مدیریت نقش‌های محوری زیست‌بوم توسط نهادها و دستگاه‌های متولی سطح منطقه	
				شناسایی و تقویت پیشران‌های توسعه کارآفرینی شهرستان و الگوگیری از مدل‌های موفق سطح کشور	
۴۸	خارجی	تهدید	پدید آمدن بافت جغرافیایی انسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی ناشی از توجه نداشتن به روندهای سه‌گانه مهاجرتی و نیز عدم آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی بعدی منتج از توسعه صنعت در سطح شهرستان.	حمایت شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی صنایع پتروشیمی منطقه از برنامه اقدام مشترک ستاد بازآفرینی شهری پایدار شهرستان	۰/۵۷
				اولویت‌دهی طرح‌های زیرساختی شورای راهبردی و نیز برنامه‌های کمیته مسئولیت‌های اجتماعی شهرستان در جهت کاهش و جبران آسیب‌ها و مشکلات در مناطق حاشیه‌نشین شهرستان	
۴۹	خارجی	تهدید	رهاشدگی و افسارگسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی و فیزیکی در سطح شهرستان و عدم توان اقشار حاشیه شهر در بهره‌مندی از آن‌ها.	توسعه ظرفیت عرضه‌کنندگان کالا و خدمات (شرکت‌های یخش، نمایندگی‌های مستقیم، تأمین‌کنندگان و پیمانکاران) توسط نهادها و دستگاه‌های متولی و ذینفع شهرستان	۰/۸۰
				حمایت از توسعه تعاونی‌های روستایی به‌منظور توانمندسازی اقشار کم‌درآمد و ایجاد شبکه تولید و توزیع کالاها و محصولات ضروری متناسب با زیست‌بوم هر روستا	
۵۰	خارجی	تهدید	تثبیت نگرش نادرست مدیران ملی و استانی مبنی بر برخوردار بودن شهرستان بندر ماهشهر و نیز کم‌تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک‌داری و استانی	تبیین گفتمان عدالت‌محوری در تخصیص منابع و نیز موقعیت استراتژیک شهرستان توسط مدیران عالی نهادها و دستگاه‌های شهری در مجامع ملی و استانی	۰/۶۷
				تشکیل کمیته ارزیابی میزان اعتبارات جذب شده در فرمانداری به‌منظور ارزیابی وضعیت موجود طرح‌ها و پروژه‌ها و شناخت نارسایی‌ها در شهرستان	
				به‌کارگیری مشارکت در طراحی، ساخت و اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های مختلف در سطح شهرستان	

جدول شماره ۶۱: محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۸۷	<p>برگزاری آموزش‌های ترویجی و توسعه‌ای توسط اداره محیط‌زیست سازمان منطقه ویژه اقتصادی و ارائه زمینه‌های بهبود به صنایع پتروشیمی شهرستان</p> <p>ارائه گزارش ارزیابی و مشاوره مدیریتی، قانونی، فنی و ایمنی به شرکت‌های پتروشیمی منطقه توسط اداره محیط‌زیست سازمان منطقه ویژه اقتصادی به صورت دوره‌ای</p>	<p>امکان صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و نیز رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ...، مانند مشاوره رفع آلاینده‌گی به منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده».</p>	قوت	داخلی	۵۱
۰/۹۳	<p>رایزنی مستمر مدیران ذینفع منطقه با نمایندگان مجلس و مسئولین استانی به منظور جذب حداکثری منابع حاصل از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده به شهرستان</p> <p>ارائه پیشنهاد اجرای پروژه‌های مشترک محیط‌زیستی پیشگیرانه توسط صنایع پتروشیمی منطقه با هدف جهت‌دهی به منابع مالی ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده</p>	<p>عدم وجود راهبری و نظارت (به منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده (سهم آلاینده‌گی) در موقعیت و جایگاه خودش.</p>	ضعف	داخلی	۵۲
۰/۸۸	<p>تدوین مجموعه ظرفیت‌های قانونی در قالب کتابچه و انطباق آن با هر یک حوزه‌های عملکردی با همکاری مشترک سازمان منطقه ویژه، دفتر نمایندگان مجلس شورای اسلامی و فرمانداری شهرستان</p> <p>تبدیل قوانین مرتبط با حوزه‌های همکاری مشترک به طرح‌ها و برنامه‌های اقدام جهت ارائه در کارگروه‌های تخصصی فرمانداری شهرستان و شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی</p>	<p>عدم به‌کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی موجود در حوزه‌های مورد همکاری مشترک بین صنعت و نهادهای شهری</p>	ضعف	داخلی	۵۳
۰/۵۵	<p>استفاده از ظرفیت واحدهای «بهداشت، ایمنی و محیط‌زیست»، «تحقیق و توسعه فناوری شرکت‌ها» و نیز «شرکت‌های دانش‌بنیان» به منظور بهبود و حذف نقاط آلاینده در تعامل مستقیم با اداره محیط زیست شهرستان</p>	<p>بهره‌گیری از اعطای معافیت ناشی از «ماده ۲۷ قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده» به‌عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بندر ماهشهر.</p>	فرصت	خارجی	۵۴

ادامه جدول شماره ۶۱: محور پنجم؛ ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی

امتیاز	استراتژی متناظر با مساله استراتژیک	مساله استراتژیک	نقطه	عوامل	ردیف
۰/۶۹	فعالسازی سازوکارهای «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه در تعامل با اداره محیط‌زیست استان، کمیسیون و کارگروه استانی یک‌دهزار مستقر در استانداری	امکان استفاده از ظرفیت «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» مبنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.	فرصت	خارجی	۵۵
۰/۵۹	به‌کارگیری «ماده ۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم» توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه متناسب با حوزه بازاری و حمایتی، طبق ضوابط تعیین‌شده توسط وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و امور اقتصادی و دارایی	بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مبنی بر کسر صد درصد و جوهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به منظور بازاری یا کمک و نظایر آن به صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارتخانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.	فرصت	خارجی	۵۶
۰/۵۱	واگذاری مسئولیت فعالسازی سازوکارهای ماده ۱۵۴ قانون کار به کارگروه داخلی مرتبط، و نیز تخصیص اعتبارات لازم توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه ویژه	بی توجهی به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین بند ب ماده ۹ قانون مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.	تهدید	خارجی	۵۷
۰/۴۵	ارائه دوره‌ای لیست موقعیت‌های تخریب در شهرستان توسط سازمان محیط‌زیست به سازمان‌های متولی تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده»	عدم تناظر بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده» و فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به منظور برطرف نمودن عامل اصلی تخریب.	تهدید	خارجی	۵۸

جدول ذیل ماتریس ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر شش سیاست دانش‌سازی، یکپارچه‌سازی، نگرش‌سازی، مشارکت‌دهی، توانمندسازی و خرسندسازی و نیز محورهای عملکردی پنجگانه شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی، فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی، نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی، ظرفیت‌ها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی و همچنین ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی در سطح منطقه ماهشهر تهیه و تنظیم شده است. از منظر فراوانی استراتژی‌ها در سیاست دانش‌سازی، ۱۳ راهبرد؛ یکپارچه‌سازی، ۲۸ راهبرد، نگرش‌سازی، ۲۵ راهبرد، مشارکت‌دهی، ۲۹ راهبرد، توانمندسازی، ۳۰ راهبرد و در سیاست خرسندسازی، ۱۸ راهبرد جایدهی شده است.

جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردی در سطح منطقه ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیت‌ها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی (شورای راهبردی، شورای سیاست‌گذاری و ...)	محورها سیاست‌ها
۱۳	<p>۱۰) برگزاری آموزش‌های ترویجی و توسعه‌ای توسط اداره محیط‌زیست سازمان منطقه ویژه اقتصادی و ارائه زمینه‌های بهبود به صنایع پتروشیمی شهرستان</p> <p>۱۱) ارائه گزارش ارزیابی و مشاوره مدیریتی، قانونی، فنی و ایمنی به شرکت‌های پتروشیمی منطقه توسط اداره محیط‌زیست سازمان منطقه ویژه اقتصادی به صورت دوره‌ای</p> <p>۱۲) تدوین مجموعه ظرفیت‌های قانونی در قالب کتابچه و انطباق آن با هر یک حوزه‌های عملکردي با همکاری مشترک سازمان منطقه ویژه، دفتر نمایندگان مجلس شورای اسلامی و فرمانداری شهرستان</p> <p>۱۳) تبدیل قوانین مرتبط با حوزه‌های همکاری مشترک به طرح‌ها و برنامه‌های اقدام جهت ارائه در کارگروه‌های تخصصی فرمانداری شهرستان و شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی</p>	<p>۴) ویرایش و به‌روزرسانی اسناد توسعه‌ای شهرستان با رعایت اصول و مبانی علمی از طریق هم‌آفرینی بین مسئولین دستگاه‌ها و نهادهای شهری</p> <p>۵) به‌کارگیری الگوی مثلث توسعه اقتصادی - فرهنگی توسط فرمانداری شهرستان به منظور پیوند کارگزاران حکومت، نمایندگان مجلس و نیز شرکت‌های پتروشیمی منطقه</p> <p>۶) برنامه‌ریزی و حمایت در جهت توسعه شبکه‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات در سطح شهرستان به منظور ایجاد زمینه برای مطالعات آینده</p> <p>۷) تشکیل مستمر جلسات کارگروه توسعه و ترویج مطالعات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی به منظور تصمیم‌گیری در مورد مجموعه اقدامات آموزشی، پژوهشی و آمایشی</p> <p>۸) بهره‌گیری از ظرفیت تیم‌های آینده‌پژوهی خبره به منظور اجرای برنامه آینده‌نگاری شهرستان بر اساس «اقتضانات منطقه‌ای و محلی»، «نیازهای پیشران و تحول‌ساز»، «ظرفیت طراحی و ساخت و تحویل پروژه‌ها در منطقه و شهرستان» و نیز «اولویت و فوریت‌های حیاتی برای آحاد جامعه محلی» و همچنین تدوین مجموعه اسناد مربوطه با مشارکت همه ذی‌نفعان</p> <p>۹) طراحی و تدوین طرح‌های یکپارچه عملیاتی با رویکرد هم‌آفرینی با مشارکت کلیدی و مؤثر کارشناسان، خبرگان و ذی‌نفعان مرتبط با هر یک از حوزه‌های زیست محیطی، اجتماعی، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی منطبق بر اسناد کلان شهرستان</p>	<p>۲) برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای توانمندسازی و حمایت از شرکت‌های منطقه در تأمین نیازهای عمومی و تخصصی شرکت‌های پتروشیمی ماهشهر</p> <p>۳) طراحی و تنظیم فرآیندها و رویه‌های سازمانی شرکت‌های پتروشیمی بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ و تأکید بر همکاری با توجه اصول رفتار اخلاقی، احترام به منافع ذی‌نفعان و احترام به حاکمیت قانون</p>	<p>۱) توسعه سازوکارهای مدیریت دانش با رویکردهای نوین از طریق افزایش قابلیت‌های استفاده مجدد از دانش و نیز تبدیل آن به فناوری مدیریتی</p>	---	دانش‌سازی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردی در سطح منطقه ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیت‌ها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی (شورای راهبردی، شورای سیاست‌گذاری و ...)	محورها سیاست‌ها
۲۸	<p>(۲۸) ارائه دوره‌ای لیست موقعیت‌های تخریب در شهرستان توسط سازمان محیط‌زیست به سازمان‌های متولی تخصیص منابع ناشی از «ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده»</p>	<p>(۲۴) به‌کارگیری الگوی مثلث توسعه اقتصادی - فرهنگی توسط فرمانداری شهرستان به منظور پیوند کارگزاران حکومت، نمایندگان مجلس و نیز شرکت‌های پتروشیمی منطقه</p> <p>(۲۵) تشکیل تیم‌های کاری مسأله‌محور بین سازمانی و تفویض مسئولیت و اختیارات قانونی به منظور افزایش مشارکت و هماهنگی برای حل چالش‌های سطح منطقه</p>	<p>(۲۲) تشکیل شورای تخصصی در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی به منظور شناسایی موارد تغییر کاربری اراضی مسکونی، خطوط انتقال محصولات و انبارهای روباز غیراصولی مورد مناقشه صنایع پتروشیمی با شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی و حاکمیتی شهرستان</p>	<p>(۱۱) تعیین سقف حمایتی سالانه و نیز به‌کارگیری سامانه‌های یکپارچه مدیریت تقاضا به منظور کنترل مراجعات اشخاص حقوقی و دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی</p> <p>(۱۲) تنظیم‌گری ساختارها، فرآیندها و همچنین نقش‌های موجود زنجیره ارزش شرکت‌های خدماتی گروه صنایع پتروشیمی در هر یک از ابعاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی</p> <p>(۱۳) برگزاری جلسات دوره‌ای مشترک بین شرکت‌های خدماتی با مدیران ستادی جهت شناسایی نارسایی‌ها و خلأهای آیین‌نامه داخلی مالی و معاملاتی گروه صنایع پتروشیمی و پیگیری اصلاح آن‌ها</p> <p>(۱۴) بررسی عوامل افزایش تقاضای بازنشستگی پیش از موعد و ایجاد هماهنگی در اتخاذ تصمیمات مدیریتی متناسب با هر یک از عوامل</p> <p>(۱۵) بازبینی و بازنگری در دستورالعمل‌های بازنشستگی پیش از موعد شرکت‌های تابعه گروه به منظور توسعه سازوکارهای حفظ سرمایه‌های انسانی خبره و مدیریت دانش</p> <p>(۱۶) یکپارچه‌سازی الزامات، مشخصات، ویژگی‌ها، ابعاد و روش اجرای هر یک از فرآیندهای مربوط به مسئولیت اجتماعی با توجه به استانداردهای حوزه مسئولیت اجتماعی (ایزو ۲۶۰۰۰ و GRI)</p>	<p>(۱) به‌کارگیری مجموعه نظام‌ها، سامانه‌ها و برنامه‌های پویا و به‌روز شونده از نیازها، اقتضائات و الزامات منطقه‌ای با تأکید بر عوامل و روندهای محیطی (PESTEL) توسط شورای راهبردی منطقه در جهت حمایت هدفمند، موثر و پایدار صنایع پتروشیمی از منطقه ماهشهر</p> <p>(۲) تقویت رویکرد تصمیم‌گیری پایین به بالا با به‌کارگیری مدل‌های هم‌آفرینی و مدیریت ارزش به منظور افزایش مشارکت ذی‌نفعان و عناصر موثر در برنامه‌ریزی طرح‌های مسئولیت اجتماعی</p> <p>(۳) تغییر رویکرد شوراها و کمیته‌های مسئولیت اجتماعی از پروژه‌محوری به مسأله‌محوری برنامه‌مدار با تمرکز متوازن بر برنامه‌های کوتاه مدت و میان مدت و بلندمدت</p> <p>(۴) جهت‌دهی به همکاری دستگاه‌ها و نهادهای شهری در راستای توسعه فعالیت‌ها و طرح‌های پیشران، مولد، جبران‌کننده، توانمندساز و کارآفرین</p> <p>(۵) به‌کارگیری راهکارهای هوشمند مبتنی بر پژوهش عملیاتی (OR) به عنوان بستر مکمل احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند توسعه شهرستان</p>	<p>یکپارچه‌سازی و چابک‌سازی</p>

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردی در سطح منطقه ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی (شورای راهبردی، شورای سیاست‌گذاری و ...)	محورها سیاست‌ها
۲۸	-----	<p>(۲۶) حمایت شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی صنایع پتروشیمی منطقه از برنامه اقدام مشترک ستاد بازآفرینی شهری پایدار شهرستان</p> <p>(۲۷) اولویت‌دهی طرح‌های زیرساختی شورای راهبردی و نیز برنامه‌های کمیته مسئولیت‌های اجتماعی شهرستان در جهت کاهش و جبران آسیب‌ها و مشکلات در مناطق حاشیه‌نشین شهرستان</p>	<p>(۲۳) الزام‌واحدهای برنامه‌ریزی و توسعه به بررسی و بازطراحی پروژه‌های جاری و آتی شرکت‌های پتروشیمی منطقه از منظر طرح‌های جامع، تفصیلی و موضعی شهری</p>	<p>(۱۷) به‌روزرسانی نظام‌نامه جبران خدمات شایسته‌محور به منظور ایجاد وحدت رویه از طریق تبیین سیاست‌ها و خطی‌مشی‌ها در پنج بعد شایستگی، آینده‌نگری، جامعیت، عدالت و انعطاف‌پذیری</p> <p>(۱۸) به‌کارگیری مهندسی مجدد فرآیندها (BPR) و نیز توسعه نظام منابع انسانی در ستاد شرکت عملیات غیرصنعتی با تأکید بر زیرنظام‌های آموزش و توانمندسازی، توسعه و ارتقای مسیر شغلی، نظام ارزشیابی عملکرد و نیز فرهنگ و روابط شغلی</p> <p>(۱۹) مدیریت بهبود ساختارها و مأموریت‌های هر یک از شرکت‌های غیرتولیدی در سطوح مختلف کارشناسان، مدیران میانی و مدیران عالی به منظور تصمیم‌سازی در جهت ادغام یا تفکیک وظایف</p> <p>(۲۰) اقدام در جهت یکپارچه‌سازی نظام رتبه‌بندی کارکنان بین مجموعه شرکت‌های پتروشیمی تابعه گروه با سایر شرکت‌ها و صنایع مرتبط به منظور ایجاد هماهنگی در پرداخت حقوق و دستمزد و جبران خدمات</p> <p>(۲۱) ایجاد بستر برای حمایت معنوی و مادی از افراد مستعد جامعه محلی به منظور پیشرفت ایشان در موقعیت‌گوناگون اجتماعی، فرهنگی و آموزشی با بهره‌مندی از امکانات موجود در صنایع پتروشیمی</p>	<p>(۶) بهره‌گیری از منابع انسانی واجد نگرش استراتژیک به منظور مهندسی مجدد فرآیندهای احصاء نیاز و اولویت‌دهی با رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک</p> <p>(۷) گفت‌وگوهای سازنده در جلسات و کمیته‌های مشترک مدیران شهرستان به منظور تغییر نگرش در جهت کاهش مطالبات و تقاضاهای موردی و لزوم یکپارچه‌سازی و سازماندهی طرح‌های حمایتی مبتنی بر سند توسعه شهرستان</p> <p>(۸) حاکمیت، تبعیت و بهره‌مندی از سیاست‌ها و نظام‌نامه‌های مصوب وزارت نفت در خصوص نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی صنعت نفت در جوامع محلی از طریق تعامل و پیوندسازی میان سیاست‌گذاران با برنامه‌ریزان منطقه‌ای</p> <p>(۹) به‌کارگیری ظرفیت منابع انسانی واحدهای مختلف شرکت عملیات، تحت یک برنامه اصلاح و بهبود مشخص در جهت شفاف‌سازی و بهینه‌سازی فرآیندها با رویکرد اعتمادسازی برای دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران سطح شهرستان</p> <p>(۱۰) الکترونیکی‌سازی فرآیندهای ارائه خدمات به منظور افزایش سرعت و دقت در انجام برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌های مسئولیت اجتماعی</p>	یکپارچه‌سازی و چابک‌سازی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردهای در سطح منطقه ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی (شورای راهبردی، شورای سیاست‌گذاری و ...)	محورها سیاست‌ها
۲۵	<p>(۲۳) برگزاری آموزش‌های ترویجی و توسعه‌ای توسط اداره محیط‌زیست سازمان منطقه ویژه اقتصادی و ارائه زمینه‌های بهبود به صنایع پتروشیمی شهرستان</p> <p>(۲۴) ارائه گزارش ارزیابی و مشاوره مدیریتی، قانونی، فنی و ایمنی به شرکت‌های پتروشیمی منطقه توسط اداره محیط‌زیست سازمان منطقه ویژه اقتصادی به صورت دوره‌ای</p>	<p>(۱۸) گسترش ظرفیت (منابع و مدیریت) نهادها و دستگاه‌های اجرایی و شهری به منظور توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز در سطح منطقه</p> <p>(۱۹) ارائه مشاوره تعیین استراتژی نوآوری، در تناسب با هر یک از سازمان‌ها و شرکت‌های مرتبط با توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز در سطح منطقه</p> <p>(۲۰) تبیین گفتمان عدالت‌محوری در تخصیص منابع و نیز موقعیت استراتژیک شهرستان توسط مدیران عالی نهادها و دستگاه‌های شهری در مجامع ملی و استانی</p>	<p>(۱۴) بهره‌گیری از مدل همکاری برد - برد در تفاهم‌ها و تعاملات مدیران پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای شهری</p> <p>(۱۵) دعوت موردی از نخبگان، فعالان و مسئولان شهرستان به منظور استفاده از دانش ضمنی و نیز مشارکت تحت مدل برنامه‌ریزی مرحله‌ای در هر یک از طرح‌ها و پروژه‌های شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی</p>	<p>(۱) ارائه برنامه مدیریت بهبود ساختاری، فرآیندی و عملکردهای متناظر با رسالت‌ها و اهداف عملیاتی تعیین شده برای شرکت‌های غیرتولیدی منطقه</p> <p>(۲) تغییر رویکرد مدیران عامل شرکت‌های پتروشیمی از تصدی مستقلانه در مدیریت فضاهای خدماتی به تمرکزبخشی بر اساس مأموریت و اهداف عملیاتی شرکت‌های غیرتولیدی</p> <p>(۳) تمرکزبخشی در برنامه‌ریزی مشارکتی به منظور تدوین شیوه‌نامه اطلاع‌رسانی و معرفی اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی با هدف تعیین تعهدات، ارکان، رویکردها و شیوه‌های متقاعدسازی جامعه محلی</p> <p>(۴) طراحی سازوکار اجرای مستمر برنامه‌های مستندنگاری اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی برای جامعه محلی</p> <p>(۵) برگزاری برنامه‌ها و رویدادهای مشترک فرهنگی و آموزشی با نهادها و دستگاه‌های شهری سطح منطقه با رویکرد توانمندسازی آن‌ها</p> <p>(۶) به اشتراک‌گذاری مدیریت شده ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی با اقشار مختلف مردمی سطح منطقه به صورت ارزان ضمن حفظ کیفیت خدمات برای کارکنان</p> <p>(۷) توسعه امکانات سخت‌افزاری و نیز ظرفیت‌های نرم‌افزاری با نگاه به استفاده حداکثری جامعه محلی از خدمات فرهنگی، آموزشی و رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با تأکید بر سهولت دسترسی و قیمت متناسب با طبقه اقتصادی</p>	---	نگرش‌سازی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی با تأکید بر سیاست‌ها و محورهای عملکردی در سطح منطقه ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	نحوه تعامل شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی (شورای راهبردی، شورای سیاست‌گذاری و ...)	محورها سیاست‌ها
۲۵	<p>(۲۵) استفاده از ظرفیت واحدهای «بهداشت، ایمنی و محیط زیست»، «تحقیق و توسعه فناوری شرکت‌ها» و نیز «شرکت‌های دانش‌بنیان» به منظور بهبود و حذف نقاط آلاینده در تعامل مستقیم با اداره محیط زیست شهرستان</p>	<p>(۲۱) تشکیل کمیته ارزیابی میزان اعتبارات جذب شده در فرمانداری به منظور ارزیابی وضعیت موجود طرح‌ها و پروژه‌ها و شناخت نارسایی‌ها در شهرستان</p> <p>(۲۲) به‌کارگیری مشارکت در طراحی، ساخت و اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های مختلف در سطح شهرستان</p>	<p>(۱۶) طراحی و استقرار نظام تخصیص اعتبار مبتنی بر عملکرد در شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی و تعیین سازوکارهای عملیاتی شدن آن</p> <p>(۱۷) طراحی و تنظیم فرآیندها و رویه‌های سازمانی شرکت‌های پتروشیمی بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ و تأکید بر همکاری با توجه اصول رفتار اخلاقی، احترام به منافع ذی‌نفعان و احترام به حاکمیت قانون</p>	<p>(۸) فعال‌سازی سازوکارهای مبتنی بر خلاقیت و نوآوری مولد به منظور خارج نمودن کارکنان و خانواده ایشان از وضعیت یکنواختی ناشی از کمبود زیرساخت‌های فرهنگی و تفریحی</p> <p>(۹) تقویت مشارکت هدفمند و مبتنی بر نیاز شرکت‌های پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای شهری به منظور تأمین و توسعه امکانات، تجهیزات و تأسیسات خدماتی، زیربنایی و عمرانی سطح شهرستان</p> <p>(۱۰) استفاده از ظرفیت‌های قانونی و سیاست‌های منابع انسانی در جهت کنترل حجم مهاجرت کارکنان از طریق هماهنگی بین ادارات منابع انسانی شرکت‌های پتروشیمی منطقه</p> <p>(۱۱) هم‌راستاسازی سیاست‌های توسعه زیرساخت‌های جدید و امکانات رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با سیاست‌های تمرکززدایی (مانند شهرک بعثت) و نگاه بلندمدت به افزایش مزیت زندگی در شهرهای مجاور</p> <p>(۱۲) اتخاذ سیاست تمرکززدایی در جایدهی کارکنان پتروشیمی، در قالب ایجاد و توسعه بلوک‌های مسکونی اختصاصی در مناطق شهری و ارائه تسهیلات مسکن به آن‌ها جهت بهره‌مندی از این واحدها</p> <p>(۱۳) ضریب‌دهی به طرح‌های توسعه اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای هم‌جوار شهرک بعثت در سطح شورای راهبردی و نیز جلب مشارکت مسئولین این شهرها به منظور تصمیم‌سازی‌های مشترک و یکپارچه</p>	---	نگرش‌سازی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	تعامل موثر شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی	محورها سیاست‌ها
۲۹	<p>(۲۶) رایزنی مستمر مدیران ذینفع منطقه با نمایندگان مجلس و مسئولین استانی به منظور جذب حداکثری منابع حاصل از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده به شهرستان</p> <p>(۲۷) ارائه پیشنهاد اجرای پروژه‌های مشترک محیط زیستی پیشگیرانه توسط صنایع پتروشیمی منطقه با هدف جهت‌دهی به منابع مالی ناشی از ماده ۴۰ قانون مالیات بر ارزش افزوده</p>	---	<p>(۱۶) بهره‌گیری از مدل همکاری برد - برد در تفاهم‌ها و تعاملات مدیران پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای شهری</p> <p>(۱۷) رسمیت بخشی و تدوین دستورالعمل‌ها و روش‌های اجرایی به منظور تبیین نقش‌های عملیاتی و شیوه‌های ارائه خدمات متقابل شرکت‌های پتروشیمی و دستگاه‌ها و نهادهای شهری</p> <p>(۱۸) تدوین مدل مطلوب مشارکت توسط سازمان منطقه ویژه اقتصادی با لحاظ ساختار، فرآیندها و سازوکارهای حکمرانی مشارکت و نیز حدود رضایتمندی و تأمین منافع ذی‌نفعان</p> <p>(۱۹) تدوین و اجرای دستورالعمل عملیاتی به منظور تغییر رویه مدیران پتروشیمی در جلسات شورای راهبردی و کمیته مسئولیت اجتماعی خصوصاً بهره‌گیری از مدل‌های مشارکتی یا واگذاری مطلق در تعامل با نهادهای شهری</p> <p>(۲۰) استقرار و به‌کارگیری سازوکارهای مدیریت ریسک در شورای راهبردی شرکت‌ها ی منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی به منظور بررسی ریسک‌های اجتماعی پروژه‌های زیربنایی و اولویت بندی مجدد آن‌ها</p>	<p>(۵) مشارکت، نظارت و هدایت در ایجاد و بهره‌گیری جامعه محلی از بسترهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری حمایتی در زمینه‌های مختلف خدمات کسب و کار، به منظور شکل‌گیری و توسعه صنایع کوچک و متوسط</p> <p>(۶) ایجاد و گسترش برنامه دوره‌ای رتبه‌بندی شرکت‌های فعال در عرصه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی از طریق طراحی و توسعه ساز و کارهای تخصصی، تحت راهبری گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس</p> <p>(۷) برگزاری برنامه‌ها و رویدادهای مشترک فرهنگی و آموزشی با نهادها و دستگاه‌های شهری سطح منطقه با رویکرد توانمندسازی آن‌ها</p> <p>(۸) به اشتراک گذاری مدیریت شده ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی با اقشار مختلف مردمی سطح منطقه به صورت ارزان ضمن حفظ کیفیت خدمات برای کارکنان</p> <p>(۹) توسعه امکانات سخت‌افزاری و نیز ظرفیت‌های نرم‌افزاری با نگاه به استفاده حداکثری جامعه محلی از خدمات فرهنگی، آموزشی و رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با تأکید بر سهولت دسترسی و قیمت متناسب با طبقه اقتصادی</p> <p>(۱۰) فعال سازی سازوکارهای مبتنی بر خلاقیت و نوآوری مولد به منظور خارج نمودن کارکنان و خانواده ایشان از وضعیت یکنواختی ناشی از کمبود زیرساخت‌های فرهنگی و تفریحی</p>	<p>(۱) آمایش نقاط خسارت دیده ناشی از پیامدهای مستقیم عملکرد واحدهای صنعتی در ابعاد زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی به منظور تخصیص اثربخش منابع اعتباری</p> <p>(۲) اختصاص سهم سالیانه معین با هدف اجرای طرح‌های بهبوددهنده و جبران ساز در نقاط خسارت دیده ناشی از فعالیت واحدهای صنعتی</p>	مشارکت‌دهی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	تعامل موثر شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی	محورها سیاست‌ها
۲۹	<p>۲۸) فعالسازی سازوکارهای «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه در تعامل با اداره محیط زیست استان، کمیسیون و کارگروه استانی یک در هزار مستقر در استانداری</p> <p>۲۹) به کارگیری «ماده ۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم» توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه متناسب با حوزه بازاری و حمایتی، طبق ضوابط تعیین شده توسط وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و امور اقتصادی و دارایی</p>	---	<p>۲۱) ایجاد بستر برای تصمیم‌گیری تعاملی و هم‌آفرینی در اجرای هر یک از پروژه‌های مرتبط با صنایع پتروشیمی منطقه</p> <p>۲۲) به کارگیری سازوکارهای «مدیریت تنوع» در سطح شرکت‌های پتروشیمی منطقه به منظور جایگزینی اصول حرفه‌ای در ساختارهای مدیریت منابع انسانی</p> <p>۲۳) ایجاد پلتفرم منطقه‌ای به منظور اعلام نیازمندی‌های عمومی و تخصصی صنایع پتروشیمی منطقه و همچنین ثبت توانمندی‌های اشخاص حقیقی و حقوقی تحت مدیریت سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی</p> <p>۲۴) برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای توانمندسازی و حمایت از شرکت‌های منطقه در تأمین نیازهای عمومی و تخصصی شرکت‌های پتروشیمی ماهشهر</p> <p>۲۵) برگزاری سلسله رویدادهای نوآوری باز خدمات محور توسط صنایع پتروشیمی منطقه با همکاری سازمان‌های متولی و بخش خصوصی</p>	<p>۱۱) تقویت مشارکت هدفمند و مبتنی بر نیاز شرکت‌های پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای شهری به منظور تأمین و توسعه امکانات، تجهیزات و تأسیسات خدماتی، زیربنایی و عمرانی سطح شهرستان</p> <p>۱۲) استفاده از ظرفیت‌های قانونی و سیاست‌های منابع انسانی در جهت کنترل حجم مهاجرت کارکنان از طریق هماهنگی بین ادارات منابع انسانی شرکت‌های پتروشیمی منطقه</p> <p>۱۳) هم‌راستاسازی سیاست‌های توسعه زیرساخت‌های جدید و امکانات رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با سیاست‌های تمرکززدایی (مانند شهرک بعثت) و نگاه بلندمدت به افزایش مزیت زندگی در شهرهای مجاور</p> <p>۱۴) اتخاذ سیاست تمرکززدایی در جابدهی کارکنان پتروشیمی، در قالب ایجاد و توسعه بلوک‌های مسکونی اختصاصی در مناطق شهری و ارائه تسهیلات مسکن به آن‌ها جهت بهره‌مندی از این واحدها</p> <p>۱۵) ضرب‌دهی به طرح‌های توسعه اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت در سطح شورای راهبردی و نیز جلب مشارکت مسئولین این شهرها به منظور تصمیم‌سازی‌های مشترک و یکپارچه</p>	<p>۳) به کارگیری نظام مدیریت مشارکتی در سطح شورای راهبردی و همچنین ارائه بازخوردهای منظم از عملکرد اعضای حقیقی و حقوقی شورا</p> <p>۴) استفاده از ظرفیت‌های اداری، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و صنعتی شهرستان‌های همجوار از طریق عضویت آنان در شوراها و کمیته‌ها، انجام برنامه‌ها و تعریف پروژه‌های مشارکتی و ...</p>	مشارکت‌دهی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر

محورها سیاست‌ها	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	تعامل موثر شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت جویانه نهادهای حاکمیتی اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فراوانی استراتژی
توانمندسازی	---	<p>(۱) تقویت و توسعه زیرساخت‌های فیزیکی با استفاده از ظرفیت‌های استانداری، شرکت شهرک‌های صنعتی و اداره صمت استان و اختصاص آن برای صنایع میان دستی و پایین دستی سطح شهرستان</p> <p>(۲) توسعه ساختارها و سازوکارهای مرتبط با خدمات مورد نیاز صنایع میان دستی و پایین دستی به منظور تسهیل فرآیندهای کسب و کاری و جلب مشارکت ذی‌نفعان برای توسعه اکوسیستم اقتصادی منطقه</p>	<p>(۴) بازدید مدیران صنایع پتروشیمی منطقه از مجموعه‌های پیشرو در حوزه کارآفرینی و نوآوری صنعت نفت کشور و مشاهده ظرفیت‌ها و دستاوردهای آن‌ها</p> <p>(۵) طراحی و تدوین مجموعه حمایت‌ها و خدمات قابل ارائه توسط صنایع پتروشیمی منطقه، ناظر به هر یک از مراحل توسعه محصول، توسعه تولید و توسعه بازار</p> <p>(۶) ایجاد ظرفیت‌های قانونی حمایت از صنایع کوچک و متوسط از طریق اصلاح آیین‌نامه مالی-معاملاتی شرکت‌های صنایع پتروشیمی منطقه</p> <p>(۷) نهادینه‌سازی فرهنگ نوآوری در واحدهای تعمیر و نگهداری به منظور کاهش مقاومت متخصصان رده بالا در برابر به‌روزرسانی تجهیزات صنعتی فرسوده و آلاینده صنایع پتروشیمی منطقه با فناوری‌های جایگزین</p> <p>(۸) همکاری با سازمان‌ها، نهادها، انجمن‌های صنفی، بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان به منظور نوسازی تجهیزات صنعتی فرسوده با رویکرد ساخت داخل</p> <p>(۹) پیاده‌سازی مدل‌های ترویج و تحریک کارآفرینی (مانند مدرسه اشتغال یا شتابدهنده استعداد) در شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی به منظور بهبود وضعیت اشتغال فارغ‌التحصیلان و جذب مؤثر نیروی آماده‌به‌کار، جوان و خلاق برای شرکت‌های پتروشیمی سطح منطقه</p> <p>(۱۰) افزایش گستره آموزش‌های فنی و مهارتی برای جوانان مستعد سطح منطقه با استفاده از سازوکارهای همکاری مشترک شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط</p>	<p>(۱۷) به‌کارگیری الگوی مثلث توسعه اقتصادی-فرهنگی توسط فرمانداری شهرستان به منظور پیوند کارگزاران حکومت، نمایندگان مجلس و نیز شرکت‌های پتروشیمی منطقه</p> <p>(۱۸) تشکیل تیم‌های کاری مسأله‌محور بین‌سازمانی و تفویض مسئولیت و اختیارات قانونی به منظور افزایش مشارکت و هماهنگی برای حل چالش‌های سطح منطقه</p> <p>(۱۹) برنامه‌ریزی و حمایت در جهت توسعه شبکه‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات در سطح شهرستان به منظور ایجاد زمینه برای مطالعات آینده</p> <p>(۲۰) تشکیل مستمر جلسات کارگروه توسعه و ترویج مطالعات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی به منظور تصمیم‌گیری در مورد مجموعه اقدامات آموزشی، پژوهشی و آزمایشی</p> <p>(۲۱) بهره‌گیری از ظرفیت تیم‌های آینده‌پژوهی خبره به منظور اجرای برنامه آینده‌نگاری شهرستان بر اساس «اقتضائات منطقه‌ای و محلی»، «نیازهای پیشران و تحول‌ساز»، «ظرفیت طراحی و ساخت و تحویل پروژه‌ها در منطقه و شهرستان» و نیز «اولویت و فوریت‌های حیاتی برای آحاد جامعه محلی» و همچنین تدوین مجموعه اسناد مربوطه با مشارکت همه ذی‌نفعان</p> <p>(۲۲) طراحی و تدوین طرح‌های یکپارچه عملیاتی با رویکرد هم‌آفرینی با مشارکت کلیدی و مؤثر کارشناسان، خبرگان و ذی‌نفعان مرتبط با هر یک از حوزه‌های زیست محیطی، اجتماعی، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و امنیتی منطبق بر اسناد کلان شهرستان</p> <p>(۲۳) گسترش ظرفیت (منابع و مدیریت) نهادها و دستگاه‌های اجرایی و شهری به منظور توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز در سطح منطقه</p>	<p>(۳۰) فعالسازی سازوکارهای «بند د ماده ۴۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن» توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه در تعامل با اداره محیط‌زیست استان، کمیسیون و کارگروه استانی یک‌درهزار مستقر در استانداری</p>	۳۰

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر

سیاست‌ها / محورها	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	تعامل موثر شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیت‌ها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فراوانی استراتژی
توانمندسازی	--	<p>(۳) توسعه فعالیت‌های ترویجی به منظور تقویت فرهنگ مبتنی بر همکاری مشترک صنعتی و نیز فرهنگ سرمایه‌گذاری جهت جلب سرمایه‌گذار به منطقه</p>	<p>(۱۱) حمایت مالی صنایع پتروشیمی منطقه از مجموعه‌های فنی و حرفه‌ای و غیره به منظور توسعه زمینه‌های مهارت‌افزا در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی</p> <p>(۱۲) انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری با بانک‌ها و صندوق‌های سطح استان و شهرستان به منظور تأمین مالی مشترک طرح‌ها و پروژه‌های اشتغال‌آفرینی برای جامعه محلی</p> <p>(۱۳) به‌کارگیری ظرفیت‌های قانونی موجود و نیز اصلاح آیین‌نامه‌های مرتبط با نحوه سپرده‌گذاری و سرمایه‌گذاری توسط واحدهای مالی در صنایع پتروشیمی به منظور جهت‌دهی بخشی از منابع به سوی بانک‌ها و صندوق‌های سطح شهرستان</p> <p>(۱۴) ایجاد پلتفرم منطقه‌ای به منظور اعلام نیازمندی‌های عمومی و تخصصی صنایع پتروشیمی منطقه و همچنین ثبت توانمندی‌های اشخاص حقیقی و حقوقی تحت مدیریت سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی</p> <p>(۱۵) برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای توانمندسازی و حمایت از شرکت‌های منطقه در تأمین نیازهای عمومی و تخصصی شرکت‌های پتروشیمی ماهشهر</p> <p>(۱۶) برگزاری سلسله رویدادهای نوآوری باز خدمات محور توسط صنایع پتروشیمی منطقه با همکاری سازمان‌های متولی و بخش خصوصی</p>	<p>(۲۴) ارائه مشاوره تعیین استراتژی نوآوری، در تناسب با هر یک از سازمان‌ها و شرکت‌های مرتبط با توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز در سطح منطقه</p> <p>(۲۵) تدوین برنامه ترویج فرهنگ کارآفرینی در مقیاس شهرستان با همکاری نهادها و دستگاه‌های متولی توسعه کارآفرینی</p> <p>(۲۶) تقویت اجزای موجود زیست‌بوم کارآفرینی شهرستان و کمک به شکل‌گیری ارگانیک مراکز تسهیل‌گر، توانمندساز و حامی از طریق مدیریت نقش‌های محوری زیست‌بوم توسط نهادها و دستگاه‌های متولی سطح منطقه</p> <p>(۲۷) شناسایی و تقویت پیشران‌های توسعه کارآفرینی شهرستان و الگوگیری از مدل‌های موفق سطح کشور</p> <p>(۲۸) توسعه ظرفیت عرضه‌کنندگان کالا و خدمات (شرکت‌های بخش، نمایندگی‌های مستقیم، تأمین‌کنندگان و پیمانکاران) توسط نهادها و دستگاه‌های متولی و ذینفع شهرستان</p> <p>(۲۹) حمایت از توسعه تعاونی‌های روستایی به منظور توانمندسازی اقشار کم‌درآمد و ایجاد شبکه تولید و توزیع کالاها و محصولات ضروری متناسب با زیست‌بوم هر روستا</p>	--	۳۰

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر

فراوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیتها و قابلیت‌های مشارکت جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	تعامل موثر شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی	محورها سیاست‌ها
۱۸	<p>(۱۷) استفاده از ظرفیت واحدهای «بهداشت، ایمنی و محیط زیست»، «تحقیق و توسعه فناوری شرکت‌ها» و نیز «شرکت‌های دانش بنیان» به منظور بهبود و حذف نقاط آلاینده در تعامل مستقیم با اداره محیط زیست شهرستان</p>	<p>(۱۳) حمایت شورای راهبردی مسئولیت اجتماعی صنایع پتروشیمی منطقه از برنامه اقدام مشترک ستاد بازآفرینی شهری پایدار شهرستان</p> <p>(۱۴) اولویت‌دهی طرح‌های زیرساختی شورای راهبردی و نیز برنامه‌های کمیته مسئولیت‌های اجتماعی شهرستان در جهت کاهش و جبران آسیب‌ها و مشکلات در مناطق حاشیه‌نشین شهرستان</p>	<p>(۱۲) ایجاد بستر یکپارچه در سازمان منطقه ویژه اقتصادی برای ارتقای شفافیت در ارائه خدمات مسئولیت اجتماعی و افزایش قدرت پاسخگویی شرکت‌های پتروشیمی در برابر فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده در منطقه</p>	<p>(۱) تمرکزبخشی در برنامه‌ریزی مشارکتی به منظور تدوین شیوه‌نامه اطلاع‌رسانی و معرفی اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی با هدف تعیین تعهدات، ارکان، رویکردها و شیوه‌های متقاعدسازی جامعه محلی</p> <p>(۲) طراحی سازوکار اجرای مستمر برنامه‌های مستندنگاری اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی برای جامعه محلی</p> <p>(۳) برگزاری برنامه‌ها و رویدادهای مشترک فرهنگی و آموزشی با نهادها و دستگاه‌های شهری سطح منطقه با رویکرد توانمندسازی آن‌ها</p> <p>(۴) به اشتراک‌گذاری مدیریت شده ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکت‌های پتروشیمی با اقشار مختلف مردمی سطح منطقه به صورت ارزان ضمن حفظ کیفیت خدمات برای کارکنان</p> <p>(۵) توسعه امکانات سخت‌افزاری و نیز ظرفیت‌های نرم‌افزاری با نگاه به استفاده حداکثری جامعه محلی از خدمات فرهنگی، آموزشی و رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با تاکید بر سهولت دسترسی و قیمت متناسب با طبقه اقتصادی</p> <p>(۶) فعال‌سازی سازوکارهای مبتنی بر خلاقیت و نوآوری مولد به منظور خارج نمودن کارکنان و خانواده ایشان از وضعیت یکنواختی ناشی از کمبود زیرساخت‌های فرهنگی و تفریحی</p>	---	خرسندسازی

ادامه جدول شماره ۶۲: ماتریس استراتژی‌های حاکم بر اجرای سند راهبردی مسئولیت اجتماعی شهرستان بندر ماهشهر

فرآوانی استراتژی	ضوابط و ظرفیت‌های قانونی شهری و شرکتی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	ظرفیت‌ها و قابلیت‌های مشارکت‌جویانه نهادهای حاکمیتی، اجرایی و شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	تعامل موثر شرکت‌های پتروشیمی با نهادهای شهری موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	فرایندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی موثر در ایفای مسئولیت اجتماعی	شوراها و کمیته‌های پشتیبان مسئولیت اجتماعی	محورها / سیاست‌ها
۱۸	۱۸) واگذاری مسئولیت فعالسازی سازوکارهای ماده ۱۵۴ قانون کار به کارگروه داخلی مرتبط، و نیز تخصیص اعتبارات لازم توسط شرکت‌های پتروشیمی منطقه ویژه	۱۵) توسعه ظرفیت عرضه‌کنندگان کالا و خدمات (شرکت‌های بخش، نمایندگی‌های مستقیم، تأمین‌کنندگان و پیمانکاران) توسط نهادها و دستگاه‌های متولی و ذینفع شهرستان ۱۶) حمایت از توسعه تعاونی‌های روستایی به منظور توانمندسازی اقشار کم‌درآمد و ایجاد شبکه تولید و توزیع کالاها و محصولات ضروری متناسب با زیست‌بوم هر روستا	---	۷) تقویت مشارکت هدفمند و مبتنی بر نیاز شرکت‌های پتروشیمی با دستگاه‌ها و نهادهای شهری به منظور تأمین و توسعه امکانات، تجهیزات و تأسیسات خدماتی، زیربنایی و عمرانی سطح شهرستان ۸) استفاده از ظرفیت‌های قانونی و سیاست‌های منابع انسانی در جهت کنترل حجم مهاجرت کارکنان از طریق هماهنگی بین ادارات منابع انسانی شرکت‌های پتروشیمی منطقه ۹) هم‌راستاسازی سیاست‌های توسعه زیرساخت‌های جدید و امکانات رفاهی شرکت‌های پتروشیمی با سیاست‌های تمرکززدایی (مانند شهرک بعثت) و نگاه بلندمدت به افزایش مزیت زندگی در شهرهای مجاور ۱۰) اتخاذ سیاست تمرکززدایی در جابدهی کارکنان پتروشیمی، در قالب ایجاد و توسعه بلوک‌های مسکونی اختصاصی در مناطق شهری و ارائه تسهیلات مسکن به آن‌ها جهت بهره‌مندی از این واحدها ۱۱) ضریب‌دهی به طرح‌های توسعه اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت در سطح شورای راهبردی و نیز جلب مشارکت مسئولین این شهرها به منظور تصمیم‌سازی‌های مشترک و یکپارچه	---	خرسندسازی

منابع

منابع فارسی

- ۱) ابراهیمی، لقمان. منصور، احمد. رحمانی احمدآبادی، لقمان (۱۳۹۳) بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان (مطالعه موردی: سیستم بانکی شهرستان بوکان)، فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سال نهم، زمستان، شماره ۳۰، صص ۸۵-۹۶.
- ۲) احمدی کهن‌علی. عباس نژاد. زنده‌بودی (۱۳۹۴) ارزیابی مقایسه‌ای مدل‌های مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)، اولین همایش بین‌المللی و دومین کنفرانس ملی تحقیقات نوین در علوم انسانی.
- ۳) ازکیا، مصطفی و همکاران (۱۳۸۷). رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی، تهران: نشر نی
- ۴) امامقلی زاده، سعید. عسگریان، رضا. خان‌جمالی، متین. حسینی نسب، سیدحسن، پتراتچی، پویا. حسینی‌راد، امین (۱۳۹۲) مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نشریه تخصصی مدیریت، سال سوم، آبان، شماره ۲۱، صص ۳۳-۲۴.
- ۵) باقرپور والاشرانی، جهانبانی و ظفرزاده (۱۳۹۳) بررسی نگرش کاربران صورت‌های مالی نسبت به چارچوب و محتوای گزارشگری اجتماعی، مجله حسابداری بهداشت، جلد ۳ شماره ۲، صص ۴۰-۱۶.
- ۶) باقرپور والاشرانی، محمدعلی؛ جهانبانی، مصطفی؛ ظفرزاده، سمیه (۱۳۹۰) مبانی و چارچوب گزارشگری اجتماعی؛ ماهیت، محتوا، علل و مزایا، مجله حسابدار رسمی.
- ۷) خوش‌طینت، محسن؛ میرسمیعی، مسعود (۱۳۸۲) عوامل بازدارنده توسعه محیط زیست ایران. مجله حسابرس. بهار ۱۳۸۲ شماره ۱۹
- ۸) دیداری، علی اصغر (۱۳۹۶) بررسی تأثیرات مهاجرت نیروی کار بر جوامع بومی و محلی منطقه عسلویه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور.
- ۹) راه‌چمنی، احمد. کاوسی، کامیار (۱۳۹۴) تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده بر شهرت سازمان، دوفصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد، راهبردهای بازرگانی، سال بیست و دوم، دوره جدید، شماره ۵، صص ۸۲-۶۹.
- ۱۰) رحیمیان، نظام‌الدین. کاظم‌پور، مرتضی (۱۳۹۷) مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن، پژوهش حسابداری، دوره ۸، شماره ۴.
- ۱۱) روزنامه گسترش صنعت (۱۳۹۲) مسئولیت اجتماعی شرکتی چیست و چرا شرکت‌ها به دنبال آن هستند؟ ۳ اردیبهشت
- ۱۲) رویایی، رمضانعلی. مهردوست، حسین (۱۳۸۸) بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره سوم
- ۱۳) رهایی، امید. قائم‌مقامی، پروین (۱۳۹۰) اثرات کالبدی ساختمان‌های صنعتی بر گسترش شهری در ایران، فصلنامه باغ نظر شماره شانزده، سال هشتم صص ۵۴-۴۳
- ۱۴) شافعی، ر. احمدی، ک (۱۳۹۲) مسئولیت اجتماعی شرکت، مفاهیم، تئوری‌ها، مدل‌ها و برنامه‌ها، تهران: انتشارات سمت.
- ۱۵) شاه‌حسینی، عربلویی مقدم (۱۳۹۵) مسئولیت اجتماعی شرکت: یک رویکرد جامع. ج ۱، دانشگاه تهران
- ۱۶) طالبیان، سیدامیر. ملاکی، احمد. عطایی نژاد، نجمه (۱۳۹۴) شناسایی و ارزیابی مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها در قبال ذینفعان داخلی و بیرونی موسسه مطالعات بین‌المللی انرژی. فصلنامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، سال هفتم شماره ۲۶ (پیاپی ۳۳)
- ۱۷) عابدی جعفری، حسن. تسلیمی، محمدسعید. فقیهی، ابوالحسن. شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰) تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، شماره دوم، شماره پیاپی ۱۰، صص ۱۹۸-۱۵۱
- ۱۸) عرب‌صالحی، مهدی، صادقی، غزل، معین‌الدین، محمود (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال سوم، شماره ۹، صص ۲۰-۱
- ۱۹) عنبری، موسی. ملاکی، احمد (۱۳۹۰) بررسی آثار اجتماعی قطب‌های رشد صنعتی بر توسعه پایدار محلی، توسعه روستایی، دوره سوم، شماره ۲

- ۲۰) غلام پور، اسماعیل (۱۳۹۳) مسائل اجتماعی و فرهنگی شهرستان بندر ماهشهر در ارتباط به صنعت پتروشیمی؛ با تاکید بر تقویت سرمایه اجتماعی بین مردم، نهادهای محلی و صنعت پتروشیمی (پروژه پژوهشی)، شرکت مدیریت توسعه صنایع پتروشیمی، مرکز تحقیقات و توسعه مدیریت پروژه
- ۲۱) فضلی، هوشنگ. انصاری، محسن (۱۳۹۷) راهنمای گزارش دهی مسئولیت اجتماعی شرکت / سازمان بر اساس استانداردهای GRI:۲۰۱۸، زیر نظر معاونت امور مسئولیت اجتماعی وزارت نفت
- ۲۲) قدرتی، اکبر (۱۳۹۲) ارزیابی ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتها در مورد مصرف مسئول، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده ارس
- ۲۳) قربانی، محمد. زرنندی، محمدمهدی. حصارى، رضا (۱۳۸۴) اخلاق و مسئولیت اجتماعی مدیران مدیریت فردا. سال سوم، شماره ۱۱ و ۱۲
- ۲۴) کبیری، ح و محمدزاده سلته (۱۳۹۴) رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی شرکتهای ذکر شده در بورس اوراق بهادار تهران از دیدگاه کارشناسان مالی زن، مطالعات زن و خانواده، شماره ۲۴، صص ۶۷-۸۳
- ۲۵) موسسه مهندسی توسعه اجتماعی (متا) (۱۳۸۴). گزارش طرح ساماندهی توسعه متوازن و همزیستاری اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در منطقه عسلویه.
- ۲۶) وزارت نفت (۱۳۹۸) سیاستها و نظامنامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت

منابع انگلیسی

- ۲۷) Davis K. and Blomstrom R. L. (۱۹۷۵) , “*Business and society: Environment and responsibility*”, New York: McGraw-Hill.
- ۲۸) Lantos, G.P. (۲۰۰۱). “The boundaries of strategic corporate social responsibility”. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. ۱۸, No. ۲, pp. ۹۵-۱۳۰.
- ۲۹) Ma, J. (۲۰۱۲) , “A Study on the Models for Corporate Social Responsibility of Small and Medium Enterprises”, *Physics Procedia*, Vol. ۲۵, pp. ۴۳۵ – ۴۴۲.
- ۳۰) Ma, J. (۲۰۱۲), “A Study on the Models for Corporate Social Responsibility of Small and Medium Enterprises”, *Physics Procedia*, Vol. ۲۵, pp. ۴۳۵ – ۴۴۲.
- ۳۱) Preston, L. E. and J. E. Post (۱۹۷۵). “Private Management and Public Policy: Principle of Public Responsibility”, *1st Edition, New York: Prentice Hall Publications*.
- ۳۲) Wood, D.J. (۱۹۹۱). “Corporate social performance revisited”. *Academy of Management Review*, Vol. ۱۶, pp. ۶۹۱-۷۱۸

مراجع اینترنتی

- ۳۳) <http://borhan.ir/NSite/FullStory/News/?Id=۲۸۳۰>
- ۳۴) <http://brandabout.ir>
- ۳۵) <http://economicaffairs.ir>
- ۳۶) <http://gas-iran.com>
- ۳۷) <http://ruyesh.uast.ac.ir>
- ۳۸) <http://www.amzine.net/emagazine.web/WebForms/Magazine>

- ۳۹) <http://www.csr.ir/departments.aspx>
- ۴۰) <http://www.csiran.com>
- ۴۱) <http://www.daneshenaft.ir>
- ۴۲) <http://www.foreigninvestment.blogfa.com>
- ۴۳) <http://www.imi.ir>
- ۴۴) <http://www.petrocsr.com/index.php>
- ۴۵) <http://www.razip.com>
- ۴۶) <http://www.shara.ir/view/>
- ۴۷) <https://agiso.ir>
- ۴۸) <https://mahshahr.ir>

پیوست‌ها

پیوست شماره ۱:

نمونه پرسشنامه تدوین استراتژی (SWOT)



عنوان:

پرسشنامه تدوین استراتژی مسئولیت اجتماعی در سطح شهرستان بندر ماهشهر
(ماتریس تحلیل عوامل داخلی و خارجی SWOT)

تهیه و تنظیم:

مشاور مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس

آذر ماه ۱۳۹۸

باسمه تعالی

با اهداء سلام

پرسشنامه حاضر با بهره‌گیری از دیدگاهها و نظرات مجموعه ذی‌نفعان شامل مدیران و تصمیم‌گیرندگان نهادهای شهری و مدیران صنعت پتروشیمی در سطوح مختلف عالی، میانی و عملیاتی و همچنین تأمین‌کنندگان شامل مجموعه اشخاص حقیقی و حقوقی که به‌نوعی در زنجیره تأمین نیازهای شهری و صنعت نقش‌آفرینی داشته و نیز مشتریان درونی (کارشناسان و کارکنان نهادهای ذی‌ربط) و مشتریان بیرونی (دریافت‌کنندگان خدمات) با استفاده از ماتریس تحلیل عوامل داخلی و خارجی SWOT به‌منظور تدوین استراتژی مسئولیت اجتماعی و مشخص نمودن جهت‌گیری آن در محیط شهرستان بندر ماهشهر آماده شده است. خواهشمند است با نظر به اهمیت تدوین استراتژی‌های مذکور، پس از بررسی دقیق هر یک از گویه‌ها، نظر خود را در ستون‌های مربوطه مرقوم فرمایید.

جدول مشخصات فردی:

نام:	نام خانوادگی:
محل خدمت:	پست سازمانی:
رشته و مدرک تحصیلی:	شماره همراه:
	آدرس ایمیل:

توضیحات ناخوبی‌ها:

۱. ضریب یا وزن اهمیت: نشان‌دهنده اهمیت نسبی یک عامل در توفیق سازمان از نظر تأثیرگذاری نسبت به سایر عوامل است. باید به عواملی که بیشترین تأثیر را بر سازمان دارد، بالاترین ضریب را اختصاص داد. این ضریب عددی بین صفر تا ۱۰ است. ضریب صفر به مفهوم «بی‌اهمیت» و ضریب ۱۰ به مفهوم «بسیار مهم» است. مجموع ضرایب هر یک از عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) ۱۰ می‌باشد. براین‌اساس بایستی ضریب اهمیت هر یک از مسائل در ذرون عوامل داخلی به‌گونه‌ای تنظیم گردد که جمع آن عدد ۱۰ را به دست دهد. همچنین در بخش عوامل خارجی (نقاط فرصت و تهدید) به همین ترتیب وزن‌گذاری شود.
۲. رتبه: بیانگر میزان قوت یا ضعف یک عامل در داخل سازمان و با ارجحی استراتژی کنونی سازمان در نشان دادن واکنش نسبت به هر یک از عوامل فرصت یا تهدید است. برای مشخص ساختن رتبه عوامل، از عدد ۱ تا ۴ استفاده می‌نماییم. در عوامل داخلی، عدد ۴ به معنی این است که قوت عامل بسیار بالا بوده، عدد ۳ بیانگر قوت، عدد ۲ یعنی ضعف کم و عدد ۱ به معنی ضعف اساسی است. در عوامل خارجی، عدد ۴ به معنی این است که واکنش سازمان بسیار عالی بوده است، عدد ۳ یعنی واکنش از حد متوسط بالاتر، عدد ۲ یعنی واکنش در حد متوسط و عدد ۱ به معنی واکنش ضعیف می‌باشد.
۳. نمره نهایی: حاصل ضرب ضریب اهمیت و رتبه می‌باشد.
۴. برای هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید یک ستون خالی پیش‌بینی شده است تا موارد پیشنهادی در همان بخش درج گردد.

مشاور مسئولیت اجتماعی شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس - آذر ۹۸

محور اول: ارزیابی کارکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی

محیط	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل داخلی	نقطه قوت	۱	نظام‌یافتگی و تمرکز ساختاری در پشتیبانی و حمایت صنعت پتروشیمی در اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی			
		۲	حضور نسبی مجموعه ذی‌نفعان و عناصر موثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری چابک در راستای توسعه‌یافتگی شهرستان بندر ماهشهر			
	نقطه ضعف	۳	لزوم تغییر رویکرد شورای راهبردی و شورای سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی در جهت فعالیت‌ها و طرح‌های پیش‌تر، مولد، حیران‌کننده، نوآیندساز و کارآفرین به‌منظور تحقق بخشیدن به توسعه متوازن و رشد پایدار.			
		۴	ضرورت بازطراحی نقش شورای راهبردی از منظر یکپارچه‌سازی رویه‌های احصاء نیاز و اولویت‌گذاری در قالب سند جامع و علمی توسعه شهرستان یا لحاظ رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک.			
		۵	اجتناب از حمایت و مشارکت در طرح‌های مسئولیت اجتماعی به‌صورت موردی، پراکنده، مستقیم و غیر سازمان‌داده شده توسط شرکت‌های پتروشیمی			
		۶	تخصیص منابع اعتباری شورای راهبردی یا اولویت‌تکمیل‌سازی جریان خسارت وارده از ناحیه صنعت بر شهر، نوآیندسازی اشتغال، ایجاد و گسترش صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی و توسعه اجتماعی.			
		۷	تثبیت موقعیت شورای راهبردی منطقه ماهشهر از طریق حضور مدیران ملی و نیز لزوم حضور مستمر، بدون واسطه و الزام‌گذار مدیران عامل و اعضای شورای راهبردی به‌ویژه مدیران عامل شرکت‌های تابعه هلدینگ خلیج فارس. حضور نمایندگان سازمان منطقه ویژه و شرکت NPC در جلسات شورای راهبردی و اجتناب از دستورجلسات تکراری، موردی و برنامه‌ریزی نشده.			
			مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی	۱۰	—	

۳

محیط	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل خارجی	نقطه قوت	۱	ضرورت جهت‌گیری شورای راهبردی متناسب با چارچوب موضوعات و زمینه‌های عمل مشروطه در سیاست‌ها و نظامنامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت ابلاغ شده توسط وزیر محترم نفت.			
		۲	مواجهه و تعامل یکپارچه با نهادهای اجرایی و صنعتی تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر خارج از شهرستان			
	نقطه تهدید	۳	بهسازی فرآیند تخصیص منابع مالی طرح‌های مصوب شورای راهبردی توسط شرکت «عملیات غیرصنعتی و خدمات صنایع پتروشیمی» به‌منظور اجتناب از تأخیرهای نسبتاً طولانی و کاهش اعتماد دستگاه‌های اجرایی و پیمانکاران (در حال حاضر، سیکل مراحل پرداخت منابع شامل ۵ مرحله تهیه صورت وضعیت توسط استان، تأیید فرمانداری، پرداخت شرکت عملیات به اداره کل و نهایتاً پرداخت اداره کل به پیمانکار).			
			مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی	۱۰	—	

محور دوم: ارزیابی فرآیندهای داخلی شرکت‌های صنایع پتروشیمی

محیط	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل داخلی	نقطه قوت	۱	تعامل و گزارش به تأمین خواسته و رفع نیاز در سطح مراجعات حقیقی و حقوقی به‌صورت خرد توسط شرکت‌های پتروشیمی			
		۲	انتخاب رویه‌های تصدی‌گرایانه فراگیر و موازی در شرکت‌های غیرتولیدی منطقه ماهشهر در انجام اقدامات و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی و لزوم انجام تغییرات و بهسازی در سطوح مختلف ساختاری، فرآیندی و عملکردی جهت حرکت در مسیر مأموریت اصلی و افزایش بهره‌وری.			
	نقطه ضعف	۳	ظرفان توجه به عدم شکل‌گیری زنجیره ارزش در بهره‌گیری از ظرفیت‌های پتروشیمی توسط یکدیگر و نیز عدم تحقق هلدینگ به‌معنای جامع و فراگیر آن در ایجاد آموزشی، خدماتی، فرهنگی، عمرانی و ... توسط شرکت ره‌آوران فنون پتروشیمی، شرکت عملیات غیرصنعتی، شرکت خوارزمی و ...			

۴

نوع تهدید	رتبه (۱-۴)	ضرب اهمیت نسبی	گروه	ردیف	تمرکز	محیط		
			استقرار نظام برون‌سپاری تأمین نیازهای خدماتی، فرهنگی و کالاهای مصرفی از طریق شکل‌دهی صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی در سطح جامعه محلی.	۴	نقطه ضعف	عوامل داخلی		
			لزوم مدیریت تقاضاهای بالای بازنشستگی پیش از موعد در سال‌های اخیر، به‌منظور جلوگیری از فراهم شدن موجبات کاهش منابع انسانی خیره و مشکلات ناشی از بار مالی آن در شرکتهای پتروشیمی.	۵				
			وجود خلأ در تبدیل مطالبات حوزه مسئولیت اجتماعی به فناوری مدیریتی ناشی از عدم ترسیم نقشه محتوایی و عدم تکمیل فرایندهای تولید و عرضه خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی برای استفاده در شرکتهای پتروشیمی.	۶				
			عدم به‌کارگیری سیستم مدیریت دانش کارآمد حوزه مسئولیت اجتماعی، جهت به اشتراک‌گذاری تجربیات مدیریتی میان شرکتهای پتروشیمی و جلوگیری از تکرار، موزاری کثرت و پوشش دادن نقاط ضعف شرکتهای هلدینگ خلیج فارس توسط یکدیگر.	۷				
			ضرورت تدوین و اجرای طرح‌های اطلاع‌رسانی جامع و هدفمند، آگاهی‌بخش، اعتمادآفرین و رشایت‌بخش و ایجاد فضای تعامل میان مدیران صنعت و مردم به‌منظور تبیین نقش و جایگاه صنعت پتروشیمی در تأمین منابع اقتصادی برای کشور و حمایت و پشتیبانی از اجرای طرح‌های حوزه مسئولیت اجتماعی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم (نخبگان، رسانه‌های ارتباط جمعی، مدیران شهری) برای احداث جامعه محلی.	۸				
			عدم تمیزبخشی، رتبه‌بندی، ترجه‌گذاری و اجرای نظام‌های ترغیبی و انگیزشی بین شرکتهای فعال در هر یک از عرصه‌های محیط‌زیست، ماندگار و امیر کبیر، آموزش (مانند لاله، نوبخت‌شیمی و مارون)، طرح‌های زیربنایی (مانند بندر امام)، طرح‌های حمایتی و خدمات اجتماعی (مانند آروند و بندر امام و مارون).	۹				
			ضرورت یکسان‌سازی و ایجاد وحدت رویه در ارائه امکانات و مزایا به کارکنان در زمینه‌های رفاهی، فرهنگی، آموزشی و ... درون شرکتهای هلدینگ خلیج فارس.	۱۰				
			ضرورت باز سازماندهی و بازمهندسی رویکردها، ساختارها و فرایندهای شرکت عملیات غیر صنعتی در جهت افزایش تعامل و ارتباط فراگیر با سایر شرکتهای پتروشیمی، تخصصی‌سازی ساختارها و منابع انسانی متناسب با مأموریت‌ها و انتظارات و بهسازی و گوناسازی فرایندهای مدیریتی و پشتیبانی.	۱۱				
			اصلاح ساختار شرکتهای غیرتولیدی درون هلدینگ از طریق ادغام یا تفکیک و تقاطع به‌جای ادغام یا تفکیک شرکتهای با لحاظ مناسب ذیل:	۱۲				
			■ تناسب با سیستم و هوای کلی ■ پیشینه هر یک از شرکتهای موجود ■ آسایشی‌ها و ظرفیت‌های موجود هر یک از شرکتهای ارائه‌دهنده خدمات ■ تأمین و پاسخگویی به یک نیاز اختصاصی در صنعت و یا جامعه ■ تولیدی سنتزهای لازم ■ دارای مشتری خاص جهت خرید یک محصول خاص					
		۱۰	مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی					

۵

نوع تهدید	رتبه (۱-۴)	ضرب اهمیت نسبی	گروه	ردیف	تمرکز	محیط
			بهرمندی فراگیر، ارزان و در دسترس از ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی، فرهنگی، خدماتی و آموزشی شرکتهای پتروشیمی توسط احداث جامعه محلی به‌منظور کاهش شکاف طبقاتی و همچنین رشد شاخص‌های فرهنگی و رفاهی منطقه.	۱	نقطه فرصت	عوامل خارجی
			شکل‌گیری هلدینگ صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی با مدیریت سازمان منطقه ویژه و تدوین بسته‌های سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی نمایشگاه‌های سرمایه‌گذاری.	۲		
			تعمیل بالای مهاجرت و انتقالی توسط کارکنان شرکتهای پتروشیمی از ماهشهر به سایر شهرها، به‌دلیل عدم کفایت زیرساخت‌های بهداشتی، فرهنگی و تفریحی.	۳		
			اجتناب از توسعه شهرکداری توسط شرکتهای پتروشیمی و ضرورت ارتقای شرایط اقتصادی، امنیتی و فرهنگی شهرهای همجوار شهرک بعثت (به‌ویژه شهر چمران) به‌عنوان یک کام استراتژیک در مدیریت تغییرات شهرک بعثت در بلندمدت و ایجاد سیاست تأمین فضاهای اقامتی برای کارکنان در قالب ایجاد بلوک‌های شهری در مناطق شهری سطح شهرستان (انتخاب رویکرد نظام طبقاتی و یا یکپارچه‌سازی و درهم تنیدگی در ایجاد فضاهای اقامتی جدید در بافتار بلوکی).	۴		
			توجه به اجناس‌پاییزی میراثی از اختلاف طبقاتی میان کارکنان پتروشیمی با یکدیگر و نیز کارکنان پتروشیمی با جامعه محلی و یافتن راهکارها و موقعیت‌هایی برای بهره‌مندی همگان با درجات مختلف از امکانات.	۵		
		۱۰	مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی			

محور سوم: ارزیابی نحوه تعامل شرکتهای پتروشیمی با نهادهای شهری

نوع تهدید	رتبه (۱-۴)	ضرب اهمیت نسبی	گروه	ردیف	تمرکز	محیط
			اصلاح ضرورت و التزام شرکتهای پتروشیمی و نهادهای شهری به ارائه خدمات متقابل به‌منظور زیست مسالمت‌آمیز جامعه محلی و استمرار فعالیت صنعت	۱	نقطه ثروت	عوامل داخلی

۶

محل	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل داخلی	نقطه ضعف	۲	ضرورت انتخاب راهبرد مشارکت به جای راهبرد طراحی و ساخت مستقلانه توسط شرکتهای پتروشیمی و با استراتژی واگذاری مطلق منابع انسانی به نهادهای شهری با هدف توکمندسازی ظرفیتهای محلی و اجتناب از وابستگی مالی به شرکتهای پتروشیمی.			
		۳	کم توجهی و بی اعتنائی برخی شرکتهای پتروشیمی به رعایت الزامات طرحهای جامع، تفصیلی و موضعی شهری ناشی از وجود خطوط انتقال خوراک و با محصولات پتروشیمی، وجود انبارهای روباز وسیع در سطح فضای شهری، تغییر کاربری اراضی مسکونی و ...			
		۴	ضرورت حمایت شرکتهای پتروشیمی از انجام پروژههای زیربنایی مهم در زمینههای شهری، از جمله احداث تصفیه خانه و با کارخانه بازیافت (جهت بازیافت زباله های ماکستر، چمران، اسیدیه و رامشیر)، ترمیم کانال دوز شهر طالقانی (جایگزینی کالیبرت بتنی) و همچنین میدانهای شهری و شهرسازی.			
		۵	انجام حمایت های غیر اقتصادی شرکتهای پتروشیمی (شامل مجوز، وام ارزان، فضای فیزیکی و ...) از مراکز تحت پوشش نهادهای حمایتی در ایجاد صنایع پایین دستی تأمین کننده ملزومات کالاها و خدمات مانند لیس، پالت، جامبو، آب معدنی، خدمات فرهنگ- هنری به منظور تجزیه و توسعه کارآفرینی در جامعه محلی.			
		۶	ضرورت انتخاب رویکرد وحدت گرایانه، مشارکت جویانه و مشرفانه در انجام همکاری های فی مابین مدیران شهری با تنوع فومی و جمعیتی مختلف با شرکتهای پتروشیمی.			
		۷	لزوم توجه به مشکلات زیست محیطی ناشی از فرسودگی تجهیزات و نلگان صنعتی در شرکتهای پتروشیمی به منظور پیشگیری از پیامدهای حقوقی برای مدیران صنعت در اجرای «قلمرونامه ایمنی در واحدهای صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی».			
		۸	تمرکز بخشی حمایتها و خدمات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتهای پتروشیمی منحصر از طریق شورای راهبردی.			
		مجموع ضرایب: مجموع نمرات نهایی				

محل	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل خارجی	فرصت	۱	لزوم فراهم نمودن ساز و کارهای مشخص برای مهارت آموزی جوانان جوانی کار منطقه به منظور اشتغال در صنایع پایین دستی کوچک و متوسط با استفاده از ظرفیتهای مهارت افرازا مانند شرکت راه آهن فنون پتروشیمی و فنی حرفه ای.			
		۲	لزوم سیرده گذاری سرمایه های شرکتهای پتروشیمی در بانکهای سطح شهرستان، به منظور ارائه تسهیلات هدفمند به مردم جامعه محلی برای رونق کارآفرینی در صنایع پایین دستی.			

۷

محل	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل خارجی	نقطه فرصت	۳	شناسایی، معرفی و عرضه مجموعه نیازمندی های کالایی و خدماتی توسط واحدهای بزرگانی شرکتهای پتروشیمی با حفظ استانداردهای لازم به اشخاص حقیقی و حقوقی دارای ظرفیت کارآفرینی در سطح جامعه محلی.			
		۴	فقدان آگهی مطلوب تعامل و مشارکت مرحله ای و گام به گام در مدیریت طراحی و اجرای طرحهای عمرانی، فرهنگی و خدماتی بین برخی شرکتهای پتروشیمی و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهری (پارک ۶۸ هکتاری، راه آهن، فرودگاه، پل ورودی سایت و ...)			
		۵	عدم تعامل مطلوب مدیران شهر و پتروشیمی ناشی از فقدان هرگ صحیح مدیران اجرایی و سیاسی و شکل گیری مدل ذهنی راهبردی مطلق حمایت یا عدم حمایت صنعت از ایل (فقدان آینده نگری، عوامزدگی، گاز غیر کارشناسی، سعه صدر و ظرفیت تحمل یکدیگر).			
مجموع ضرایب: مجموع نمرات نهایی						۱۰

محور چهارم: ارزیابی ظرفیتهای نهادهای شهری و قابلیت های دستگاهها و نهادهای اجرایی و حاکمیتی شهرستان

محل	تمرکز	ردیف	گروه	ضرب اهمیت نسبی	رتبه (۱-۴)	نمره نهایی
عوامل داخلی	نقطه ضعف	۱	گرایش به تکوین اسناد توسعه ای برای شهرستان و شفاف سازی فرصتهای نیاز			
		۲	ایجاد هماهنگی و یکپارچگی توسط دستگاههای حاکمیتی بین واحدهای اجرایی سطح شهرستان			
		۳	فقدان مطالعات آمایشی و آینده نگر هدفمند و بانکهای اطلاعاتی دقیق در سطح شهرستان به منظور شناسایی ظرفیتهای، نیازها و اولویتهای آن ها به ویژه در زمینه های مسئولیت اجتماعی.			
		۴	لزوم بروز رسانی برنامه توسعه شهرستان و اولویتهای بر اساس «تفصیلات منطقه ای و محلی»، «فرهنگها و تغییرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی»، «نیازهای بشران و جوان ساز»، «ظرفیتهای طراحی و ساخت و تعیین پروژهها در منطقه و شهرستان»، «اولویت و فوریت های حیاتی برای احداث جامعه محلی» و ...			
		۵	ضرورت تعیین طرحهای عملیاتی در هر یک از ۷ عرصه اساسی زیست محیطی، اجتماعی، بهداشتی و ...، زیربنایی، اقتصادی، خدماتی، فرهنگی و آمایشی و یکپارچه سازی آن در قالب سند توسعه شهرستان			
		۶	تقویت نهادهای شهری در ایجاد برنامه های و نرم افزاری در مقایسه با تمایل مفرط به توسعه ساختار و فضاهای کالبدی و فیزیکی			
مجموع ضرایب: مجموع نمرات نهایی						۱۰

۸

نمره نهایی	رتبه (۱-۴)	ضرب اهمیت نسبی	گویه	ردیف	نمرکز	محیط
			ازوم طراحی مدل‌های ترکیبی آکوسیستم کارآفرینی (شامل مراکز رشد فناوری و نوآوری، مراکز شتابدهی، مراکز تأمین مالی، مراکز خدمات فناوری و ...)	۱	نقطه فرصت	عوامل خارجی
			وجود سه موج مهاجرتی ناشی از شکل‌گیری بنجر تجاری و صیادی شاپیور در قبل از انقلاب، حضور مهاجرین جنگ تحمیلی از سال ۱۳۵۹ به بعد و ایجاد منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی از سال ۱۳۷۶ و پدیدآیی پلانت جغرافیایی آسانی و شهری نامتوازن، حاشیه‌نشینی و افزایش سکونتگاه‌های غیر رسمی و آمادگی برای شوک‌های مهاجرتی معنی‌ناشی از توسعه صنعت.	۲	نقطه تهدید	
			رهاندگی و انفجار گسیختگی قیمت کالاها، خدمات و زیرساخت‌های کالبدی، در سطح شهر و عدم توان افشار حاشیه شهر در استفاده از آن‌ها.	۳	نقطه تهدید	
			تأکید بر انتخاب راهبرده مشارکت در طراحی، ساخت و اجرای طرح‌ها و پروژه‌های مختلف در سطح شهرستان به منظور پیشگیری از تثبیت نگرش مدیران ملی و استانی از برخوردار بودن شهرستان بنجر ماهشهر و وابستگی و کم تلاشی مدیران محلی در جذب اعتبارات تملک دارایی و استان.	۴	نقطه تهدید	
		۱۰	مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی			

محور پنجم: ارزیابی ضوابط، مقررات و ظرفیت‌های قانونی

نمره نهایی	رتبه (۱-۴)	ضرب اهمیت نسبی	گویه	ردیف	نمرکز	محیط
			ازوم استفاده از خدمات مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف فنی، مدیریتی، ایمنی، محیط‌زیستی و ... در راستای صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های مرتبط و رعایت قوانین موضوعه برای شرکت‌های پتروشیمی مانند مشاوره رفع آلایندهی به‌منظور معافیت از پرداخت مالیات، مطابق حصره ۱ ماده ۲۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده.	۱	نقطه قوت	عوامل داخلی
			عدم راهبری و نظارت (به‌منظور استفاده بهینه و پیشگیرانه) بر منابع ناشی از قانون یک درصد آلایندهی در موقعیت و جایگاه خودش (که در حال حاضر حدود ۶۰ میلیارد تومان از بودجه ۱۵۰ میلیاردی شهر ماهشهر را در بر می‌گیرد).	۲	نقطه ضعف	
			عدم به‌کارگیری مجموعه ظرفیت‌های قانونی ناشی از فقدان ادراک و ناهم‌مشترک بین صنعت و نهادهای شهری	۳	نقطه ضعف	
		۱۰	مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی			

۹

نمره نهایی	رتبه (۱-۴)	ضرب اهمیت نسبی	گویه	ردیف	نمرکز	محیط
			ضرورت اصلاح فرآیند معافیت ناشی از حصره ۱ ماده ۲۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده با تأکید بر لحاظ میزان محدودیت، تعیین زمانبندی و ضریب آلایندهی با توجه به درجه کمیت و کیفیت آلودگی (اسف) و یک نفر تک‌میزان آلودگی) و بازه آلایندهی به‌عنوان یک ظرفیت دو سویه جهت توسعه پایدار شرکت‌های پتروشیمی و مردم شهرستان بنجر ماهشهر.	۱	نقطه فرصت	عوامل خارجی
			ازوم استفاده از ظرفیت چند ماده ۲۵ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن «مستثنی بر صرف یک در هزار از فروش تولیدات کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع آلوده‌کننده به‌منظور فراهم نمودن امکانات و تجهیزات لازم جهت پیشگیری، کنترل و جلوگیری از آلودگی و جبران آن و همچنین ایجاد فضای سبز با همکاری محیط‌زیست شهرستان.	۲	نقطه فرصت	
			بهره‌مندی از ظرفیت ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، مستقیماً، مستی بر کسر صد درصد وجهی که به حساب‌های تعیین شده از طرف دولت به‌منظور بازسازی یا کمک و نظایر آن به‌صورت بلاعوض پرداخت می‌شود و همچنین وجوه پرداختی و تخصیصی و یا کمک‌های بلاعوض اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی طبق ضوابط وزارتخانه‌های معین شده و در موارد مشخص مانند تعمیر، تجهیز، احداث و تکمیل مراکز بهداشتی و درمانی.	۳	نقطه تهدید	
			عدم توجه به ظرفیت ماده ۱۵۴ قانون کار مبنی بر مشارکت کارفرمایان با وزارت کار و امور اجتماعی و وزارت ورزش و جوانان در ایجاد محل مناسب برای استفاده کارگران در رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین تبصره ۲ ماده ۲۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده مبنی بر درخواست استرداد ۱۱۰ عوارض دریافتی با اعلام وزارت کار و امور اجتماعی به‌منظور ارتقاء مهارت و سلامت کارکنان خود، از طریق ایجاد مراکز آموزشی و ورزشی یا هزینه در این خصوص، به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های همکاری پتروشیمی‌ها.	۴	نقطه تهدید	
			عدم نظارت بین موقعیت‌های تخریب محیط‌زیست با زمینه‌های تعیین شده ناشی از حصره ۱ ماده ۲۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده و همچنین فقدان یک رویکرد پیش‌گیرانه به‌منظور برطرف نمودن عمل اصلی تخریب.	۵	نقطه تهدید	
		۱۰	مجموع ضرایب/ مجموع نمرات نهایی			

۱۰

پیوست شماره ۲:

**میانگین نظرات مدیران شهری به تفکیک محورهای پنج‌گانه شبکه
مسائل مسئولیت اجتماعی در چارچوب SWOT**

جدول میانگین نظرات مدیران شهری و پتروشیمی به تفکیک محورهای پنج گانه شبکه مسائل مسئولیت اجتماعی

ردیف	نام	محور ۱		محور ۲		محور ۳		محور ۴		محور ۵	
		داخلی	خارجی	داخلی	خارجی	داخلی	خارجی	داخلی	خارجی	داخلی	خارجی
۱	آقای غبیشاوی	۳,۲۸	۳,۳۳	۲,۵۰	۳,۴۰	۳,۱۲	۳,۴۰	۳,۵۰	۳,۵۰	۳,۰۰	۲,۲۰
۲	آقای نظارات	۲,۳۰	۲,۶۰	۱,۸۰	۱,۲۰	۲,۰۰	۳,۰۰	۲,۷۰	۲,۰۰	۲,۳۰	۲,۰۰
۳	آقای حیاتی	۲,۱۰	۴,۰۰	۲,۲۰	۳,۵۰	۱,۹۰	۳,۱۰	۲,۳۰	۲,۴۰	۲,۰۹	۲,۶۰
۴	آقای بالینی	۳,۷۲	۳,۶۱	۲,۹۶	۳,۵۷	۳,۴۵	۳,۸۶	۳,۵۱	۳,۷۸	۳,۴۳	۳,۵۴
۵	آقای بیگدلی	۱,۷۰	۱,۰۰	۲,۱۰	۲,۶۰	۲,۷۰	۱,۷۰	۲,۷۰	۲,۲۷	۲,۴۰	۱,۷۰
۶	آقای شریفی	۳,۱۵	۲,۴۰	۲,۴۰	۳,۱۰	۳,۸۰	۳,۳۰	۳,۷۰	۳,۶۰	۳,۸۰	۳,۲۰
۷	آقای سلیمانی	۱,۶۶	۰,۷۵	۰,۹۷	۲,۳۱	۲,۰۸	۱,۵۷	۱,۰۰	۱,۰۰	۱,۰۰	۲,۱۱
۸	آقای فاطمی	۲,۶۰	۳,۳۰	۲,۴۰	۳,۲۰	۳,۳۰	۱,۹۰	۱,۴۰	۳,۱۰	۳,۶۰	۲,۶۰
۹	آقای محفوظیان	۳,۰۰	۲,۲۵	۲,۷۰	۳,۱۲	۳,۰۰	۳,۸۰	۳,۵۰	۳,۳۳	۲,۳۳	۳,۲۵
۱۰	آقای بنی سعید	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰
۱	آقای خادمیان	۳,۵۰	۲,۸۰	۳,۲۰	۳,۱۰	۳,۳۰	۲,۸۱	۳,۵۰	۳,۴۰	۳,۴۰	۳,۴۰
۲	خانم صادقی	۳,۴۷	۳,۳۰	۳,۱۵	۳,۸۰	۳,۷۰	۳,۶۵	۳,۷۱	۳,۸۵	۳,۷۵	۳,۶۵
۳	خانم میرابزاده	۱,۷۰	۲,۵۰	۱,۹۰	۲,۴۰	۲,۶۰	۱,۷۲	۱,۸۰	۲,۴۰	۲,۳۰	۱,۸۰
۴	آقای فامیلی	۲,۵۰	۲,۴۰	۱,۹۰	۱,۵۰	۲,۸۰	۲,۰۰	۲,۲۰	۱,۷۰	۲,۰۰	۲,۲۰
۵	آقای نشانزاده	۲,۲۰	۲,۸۰	۲,۱۰	۱,۹۰	۲,۶۰	۲,۰۵	۱,۵۵	۱,۷۰	۲,۴۰	۲,۷۰
۶	آقای نادرپور	۲,۷۰	۴,۰۰	۳,۷۲	۲,۹۵	۳,۲۵	۴,۰۰	۳,۶۰	۳,۸۶	۴,۰۰	۳,۶۰
۷	آقای زالخانی	۲,۳۱	۲,۹۱	۱,۳۸	۱,۸۲	۱,۵۶	۲,۱۰	۱,۷۰	۱,۷۲	۱,۴۸	۲,۶۵
۸	آقای حاجی زاده	۳,۱۰	۱,۹۰	۳,۰۹	۲,۶۰	۲,۰۰	۲,۲۰	۱,۲۰	۲,۰۰	۲,۷۰	۲,۱۰
۹	آقای احمدزاده	۳,۱۰	۳,۵۰	۲,۶۴	۲,۳۰	۲,۳۰	۲,۱۲	۲,۴۵	۳,۱۰	۲,۵۰	۲,۰۰
۱۰	آقای طباطبایی	۳,۳۷	۲,۵۷	۲,۸۰	۳,۱۴	۳,۳۰	۳,۷۰	۳,۶۰	۳,۲۵	۳,۴۰	۳,۵۴
۱۱	آقای امین	۳,۱۲	۲,۰۰	۲,۹۳	۳,۳۷	۲,۷۰	۲,۹۰	۲,۹۰	۳,۱۲	۳,۱۰	۱,۰۰
۱۲	آقای عبادی	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰	۲,۰۰
۱۳	آقای ذوالفقاری	۳,۱۱	۳,۲۸	۳,۳۰	۳,۱۱	۲,۴۰	۳,۴۰	۳,۱۰	۲,۷۵	۲,۸۰	۳,۲۰
۱۴	آقای جابری	۳,۲۸	۳,۳۳	۳,۸۸	۴,۰۰	۳,۶۵	۳,۸۷	۳,۸۸	۳,۷۵	۳,۸۰	۴,۰۰
۱۵	آقای قلاوند	۲,۸۰	۴,۰۰	۲,۵۹	۲,۰۹	۲,۴۰	۲,۲۵	۲,۸۵	۳,۰۵	۲,۸۰	۲,۹۰
۱۶	آقای سوفالی	۳,۱۶	۲,۳۳	۳,۹۰	۲,۹۰	۲,۵۰	۲,۵۰	۲,۸۰	۲,۵۵	۲,۹۰	۱,۹۰
۱۷	آقای دنیا زاده	۲,۵۵	۳,۴۲	۲,۳۰	۲,۳۷	۲,۱۰	۳,۰۰	۲,۷۰	۳,۰۰	۱,۶۶	۲,۸۰
۱۸	آقای رضایی	۳,۶۲	۱,۶۰	۳,۳۰	۳,۲۸	۳,۶۰	۳,۵۰	۳,۳۰	۳,۷۷	۴,۰۰	۳,۶۰
۱۹	آقای نقی زاده	۲,۲۰	۲,۳۳	۲,۷۰	۲,۱۴	۲,۵۰	۲,۵۰	۲,۶۰	۲,۲۵	۲,۸۰	۲,۸۰
۲۰	آقای قریب	۲,۲۲	۳,۵۰	۳,۵۰	۲,۵۵	۳,۷۰	۳,۳۰	۳,۴۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۳,۸۰

ادامه جدول میانگین نظرات مدیران شهری و پتروشیمی به تفکیک محورهای پنج گانه شبکه مسائل مسئولیت اجتماعی

ردیف	نام	محور ۱		محور ۲		محور ۳		محور ۴		محور ۵	
		داخلی	خارجی	داخلی	خارجی	داخلی	خارجی	داخلی	خارجی	داخلی	خارجی
۲۱	آقای انجم روز	۳,۳۱	۳,۰۰	۳,۴۰	۳,۸۲	۳,۶۳	۳,۴۰	۳,۴۵	۳,۵۵	۳,۳۰	۳,۸۵
۲۲	آقای برادری	۲,۵۲	۳,۰۶	۲,۸۱	۴,۰۰	۳,۳۵	۳,۷۰	۳,۱۰	۴,۰۰	۳,۶۰	۳,۵۰
۲۳	آقای کاظمی	۲,۷۲	۳,۶۸	۲,۲۰	۳,۱۱	۲,۰۰	۲,۰۰	۳,۰۰	۳,۵۵	۳,۸۰	۳,۲۰
۲۴	آقای نوروزی	۳,۱۱	۲,۱۲	۲,۱۰	۱,۰۶	۲,۷۵	۱,۱۰	۱,۸۰	۱,۲۱	۳,۰۰	۲,۰۰
۲۵	آقای کشکولی	۲,۸۰	۱,۵۷	۳,۴۰	۱,۷۷	۲,۲۰	۲,۰۰	۳,۲۰	۲,۷۵	۲,۰۰	۱,۴۰
۲۶	آقای پهلوان	۲,۵۰	۲,۷۰	۳,۴۰	۳,۴۰	۳,۳۷	۲,۹۰	۲,۹۰	۳,۱۰	۳,۳۰	۲,۴۰
۲۷	آقای شعبانلو	۳,۴۴	۳,۷۵	۳,۰۰	۲,۷۱	۳,۵۰	۳,۱۰	۳,۸۰	۳,۸۷	۳,۸۰	۳,۶۰
۲۸	آقای لیاقت مهر	۲,۲۸	۳,۷۵	۲,۵۰	۲,۶۶	۲,۴۲	۲,۰۰	۲,۶۲	۲,۷۵	۳,۰۰	۲,۷۰
۲۹	آقای چگنی	۳,۰۰	۲,۷۱	۳,۱۰	۳,۴۲	۳,۲۰	۳,۶۰	۴,۰۰	۳,۶۰	۳,۷۰	۴,۰۰
۳۰	آقای معاوی	۲,۹۰	۳,۰۰	۳,۲۲	۳,۳۳	۲,۸۰	۳,۳۰	۳,۸۰	۴,۰۰	۴,۰۰	۴,۰۰
۳۱	آقای متین نیا	۳,۷۱	۳,۷۷	۳,۸۰	۳,۶۲	۳,۶۰	۳,۳۰	۳,۵۰	۳,۸۰	۳,۳۰	۴,۰۰
۳۲	آقای صیفوری	۳,۰۰	۲,۱۴	۳,۱۰	۲,۷۵	۲,۶۰	۳,۰۰	۲,۷۰	۲,۵۵	۲,۶۰	۱,۲۷
	میانگین کل	۲,۸۵	۲,۹۲	۲,۸۰	۲,۷۳	۲,۸۲	۲,۷۳	۲,۸۲	۲,۹۵	۲,۹۹	۲,۸۶