



نشان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان CSR Award

فرم درخواست حضور در فرایند نشان مسئولیت پذیری اجتماعی

نام سازمان	۱-
نام مدیرعامل	۲-
آدرس پستی	۳-
تلفن ثابت	۴-
آدرس الکترونیکی	۵-
نام رابط سازمان و پست سازمانی	۶-
اطلاعات تماس با رابط	۷-
نام پروژه/برنامه یا اقدام مسئولیت اجتماعی سازمان	۸-
۹- حوزه های مسئولیت پذیری اجتماعی: ☐ آموزش و پرورش ☐ هنر و فرهنگ ☐ ورزش ☐ محیط زیست ☐ انرژی ☐ سلامت و رفاه اجتماعی ☐ امور فیزیکی و فقر زدایی ۱۰- معرفی (شامل: ذی نفعان-دراسته-نتایج مورد انتظار) پروژه/برنامه یا اقدام مسئولیت اجتماعی سازمان:	
تاریخ و امضا	



هوزه های مسئولیت پذیری اجتماعی:

○ آموزش و پرورش ○ هنر و فرهنگ ○ ورزش ○ محیط زیست ○ انرژی ○ سلامت و رفاه اجتماعی ○ امور فیزیکی و فقر زدایی

ویژگی های نشان:

● نشان تا دو ستاره:

ارزش	هدف	پیام	مزایا
فیزیکی	تامین مالی، ارائه مهارت و دانش	پیامد راهبردی و عملیاتی مرور	- حمایت مادی و فیزیکی - منافع کوتاه مدت / پایدار نیست - تاثیر مرور بر لیل کمبود منابع - تمام دارایی و شایستگی سازمان به خدمت گرفته نمی شود - نمود همسویی بین راهبردی سازمان با مسئولیت اجتماعی سازمان - نتایج حاصل برای کسب و کار سازمان در حداقل میزان است

● نشان تا سه ستاره:

ارزش	هدف	پیام	مزایا
مسئولیت اجتماعی یک مدیریت ریسک مسموب می گردد	مقایسه	پیامد راهبردی و عملیاتی متوسط	- کاهش پیامد عملیاتی های سازمان - کاهش ریسک عملیاتی ها - حمایت از ارتباطات برون سازمانی

● نشان تا پنج ستاره:

ارزش	هدف	پیام	مزایا
خلق ارزش	نوآوری و ترویج کسب و کار پایدار	پیامد عملیاتی و راهبردی بنیادین	- توسیع ارزشها (کسب و کار با جامعه و نهادهای اجتماعی) - ترویج نوآوری و مزیت های رقابتی - ترویج کسب و کار پایدار - همگرایی و همسویی کسب و کار با جامعه - توسعه سرمایه های انسانی (انسان توسعه یافته) - همکاری با جامعه در یک برنامه راهبردی



معیارهای انتخاب برترین

معیار اول: پیامد Impact

پیامد اشاره بر میزان و مسوره؛ ۱- موفقیت برنامه در حمایت از نیازهای جامعه ۲- کمیت و کیفیت برنامه دارد.

در واقع به سوالات ذیل پاسخ می دهد:

- ۱- برنامه اجتماعی چگونه در زندگی افراد زی نفع تغییر ایجاد می نماید؟
- ۲- طول مدت تاثیر پقدر است؟
- ۳- چگونه این تاثیر پایدار باقی می ماند؟
- ۴- شافص هایی که این پایداری را نشان می دهد چیست؟

معیار دوم: نوآوری Innovation

نوآوری بر نو بودن برنامه مسئولیت اجتماعی اشاره دارد.

در واقع به سوالات ذیل پاسخ می دهد:

- ۱- آیا رویکرد نوینی در برنامه اجتماعی وجود دارد؟
- ۲- آیا دیگر شرکت ها از آن ایده می گیرند؟
- ۳- بهبود حاصل شده در پی این ایده چیست؟
- ۴- چه تفاوتی با دیگر برنامه ها دارد؟

معیار سوم: اجرا Implementation

اجرا بر پتانسیل های موجود در سازمان برای اجرای برنامه اشاره دارد.

در واقع به سوالات ذیل پاسخ می دهد:

- ۱- اثربخش نتایج چیست و چگونه ارائه می نماید؟
- ۲- مستندات و مدارک مربوطه کدامند؟
- ۳- میزان تکراری پذیری برنامه چگونه است؟

معیار چهارم: مقیاس پذیری Scalability

در واقع به سوالات ذیل پاسخ می دهد:

- ۱- چه افرادی به چه میزانی از برنامه اجتماعی منتفع خواهند شد؟
- ۲- بودجه برنامه چیست؟
- ۳- منافع حاصل از برنامه اجتماعی برای سازمان چیست؟
- ۴- شافص های اندازه گیری و تحلیل برنامه اجتماعی در زی نفعان درونی سازمان چیست؟



تواناسازهای مسئولیت پذیری اجتماعی

۱. طراحی فرایندها و ایجاد سارفتار سازمانی مسئولیت پذیری اجتماعی
۲. تعیین مسئول/مالک برای اجرا و ارزیابی جنبه های مختلف مسئولیت پذیری اجتماعی
۳. حصول اطمینان از توانمندسازی منابع انسانی در اقدامات مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان
۴. جستجو و شناسایی فعالانه عوامل اجتماعی تاثیر گذار بر کسب و کار
۵. جستجو و شناسایی فعالانه حوزه /های مورد نظر در مسئولیت پذیری اجتماعی و عوامل متغیرهای آن
۶. شناسایی ذی نفعان حوزه/های مسئولیت پذیری اجتماعی
۷. تعیین دامنه مسئولیت پذیری اجتماعی و اجرای آزمایشی
۸. تعیین انتظارات از جاری سازی برنامه مسئولیت اجتماعی سازمان
۹. تعیین (تفمین) میزان منافع حاصل برای ذینفعان
۱۰. تامین منابع مالی و غیر مالی و جلب حمایت ذی نفعان درونی
۱۱. قراردانی و تشویق منابع انسانی برای مشارکت فلاق در برنامه های مسئولیت اجتماعی
۱۲. هدفگذاری، اولویت بندی و برنامه ریزی اقدامات حوزه/های مسئولیت پذیری اجتماعی
۱۳. تعیین دوره های زمانی اندازه گیری از روند اجرای برنامه مسئولیت اجتماعی
۱۴. حصول اطمینان از اجرای اثربخش و یارگیری از فرایندها و نتایج کسب شده
۱۵. به روز آوری حوزه ها و جنبه های مختلف مسئولیت پذیری اجتماعی در فط مشی و راهبرد سازمان/انعکاسی از مسئولیت پذیری سازمان
۱۶. مقایسه عملکرد سازمان در حوزه های مسئولیت پذیری اجتماعی با رقبا و بهترین های صنعت
۱۷. گردآوری و تحلیل داده مربوط به تاثیرات اجتماعی اقدامات مسئولیت پذیری اجتماعی
۱۸. حصول اطمینان از دسترسی به اطلاعات مربوط به روندها و مسائل اقتصادی و اجتماعی در سطح ملی و جهانی
۱۹. توسعه مسئولیت پذیری در زنجیره تامین سازمان
۲۰. اطلاع رسانی راهبرد، فط مشی، عملکرد و نتایج مسئولیت پذیری سازمان به ذی نفعان درون و برون سازمانی
۲۱. اطمینان از تاثیر مثبت مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان بر عملکرد مالی و غیر مالی سازمان
۲۲. مشارکت دادن شرکا تجاری و تامین کنندگان در حوزه/های مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان
۲۳. ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی شرکا تجاری
۲۴. طراحی راهبردهای مالی و طرح ریزی فرایندهای گزارش دهی از موفقیت مالی و غیر مالی حاصل از عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی
۲۵. استفاده از نتایج عملکرد حاصل از مسئولیت پذیری و برداشت های جامعه و ذی نفعان از آن برای تنظیم برنامه های آتی و بهبود روش های جاری

نتایج مسئولیت پذیری اجتماعی:

اجتماعی



ویژه سازمان (برداشت ذی نفعان):

- شهرت سازمان به عنوان عضو مسئول جامعه
- نسبت به محصول و خدمات سازمان
- رضایت ذی نفعان
- رضایت کارکنان / کاهش تمایل به خروج از سازمان

عملکرد سازمان:

- حفظ و وفاداری مشتری
- پیشنهادات موثر و روابط با مشتریان
- عملکرد مسئولیت پذیری اجتماعی زنجیره تامین
- تعداد شکایت ها
- جوایز و قدردانی ها
- پوشش فبری

اقتصادی

مالی

- افزایش فروش / درآمد
- کاهش هزینه های اجتماعی و زیست محیطی
-

غیر مالی

- برند / نام تجاری سازمان
- عملکرد زنجیره تامین
- مزیت رقابتی

