

شرکت‌های بین‌المللی نفتی و مسئولیت اجتماعی (با نگاهی موردی به ایران)

هامون طهماسبی (thamiran@yahoo.com)، آرش طهماسبی (arash_svt@yahoo.com)

دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف، دانشکده مهندسی شیمی و نفت دانشگاه صنعتی سهند

واژه‌گان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، شرکت‌های بین‌المللی نفتی، توسعه پایدار، محیط زیست، جامعه

چکیده: امروزه بنگاه‌ها دیگر نمی‌توانند تنها به فکر حداکثر کردن سود خود باشند، چرا که آنها غیر از مالکان و سهام‌دارانشان، ذی‌النفعان دیگری هم دارند که منافع آنها را نیز باید در نظر بگیرند. مسئولیت اجتماعی بخش جدایی‌ناپذیری از دنیای کسب و کار شده است. در این میان، شرکت‌های چند ملیتی نفتی، از طرف جوامع و سازمان‌ها بیشتر تحت فشار هستند تا به مسئولیت‌های فراقانونی خود توجه داشته باشند. علت هم این است که فعالیت‌های نفتی با اثرات بزرگ قابل‌رویت در مناطق عملیاتی، همراه است. شرکت‌های بزرگی در سطح بین‌المللی پرچمدار مسئولیت اجتماعی هستند و بسته به نوع کشور محل فعالیت و زمان، اقدامات مختلفی را در این حوزه انجام می‌دهند. این شرکت‌ها در ایران نیز فعالیت‌های متنوعی انجام داده‌اند، هرچند که بنا بر دلایلی، این فعالیت‌ها بسیار پایین‌تر از اقدامات مشابه در نقاط دیگر جهان بوده است. در این مقاله ضمن بررسی تجارب شرکت‌های چندملیتی نفتی در سطح دنیا، به بررسی موردی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی آنها در ایران و موانع و چالش‌های پیش رو پرداخته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که برای گسترش اقدامات اجتماعی و محیط‌زیستی شرکت‌ها در ایران، بسترهای لازم در چند جنبه مختلف بایستی فراهم شوند.

مقدمه

چند دهه ای است دنیای کسب و کار با مفهوم جدیدی، آشنا شده است. "مسئولیت اجتماعی شرکتی"^۱ یا CSR، اکنون بخش جدایی ناپذیری از ادبیات دنیای مدیریت شده است. امروزه بنگاه‌ها دیگر نمی‌توانند تنها به فکر حداکثر کردن سود خود باشند، چرا که آنها غیر از مالکان و سهام‌دارانشان، ذی‌النفعان دیگری هم دارند که منافع آنها را نیز باید در نظر بگیرند. اقداماتی که برای راضی کردن این ذی‌النفعان صورت می‌گیرد، به حوزه مسئولیت‌های اجتماعی شرکت مربوط می‌شود.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با مفاهیمی مانند توسعه پایدار رابطه تنگاتنگ دارد و همراه با موج فشار افکار عمومی پیرامون مقولات مربوط به توسعه پایدار، این مسئله نیز در دنیای کسب و کار مورد توجه قرار گرفته است که خود را در گزارشات سالانه شرکت‌ها کاملاً نشان می‌دهد.

عده‌ای معتقدند، افزایش تمرکز شرکت‌ها بر مقوله توسعه پایدار، نتیجه‌ی فشارهای گروه‌های مختلف ذی‌النفعان برای مسئولیت‌پذیری و شفاف‌سازی بیشتر جنبه‌های مختلف فعالیت‌های شرکت است و به همین خاطر است که در گزارش‌های سالانه‌ای که شرکت‌ها برای سهامداران و مردم منتشر می‌کنند، به طور قابل ملاحظه‌ای بخش‌های مربوط به فعالیت‌های داوطلبانه و اجتماعی و نیز جنبه‌های زیست محیطی عملیات شرکت‌ها، افزایش یافته است. {۱}

گزارش‌هایی که شرکت‌ها در مورد فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی‌شان منتشر می‌کنند، مزایای زیادی دارد که عبارتند از: مثبت‌تر شدن دیدگاه مشتریان، افزایش اعتماد سهامداران، افزایش رضایت کارکنان، حمایت جامعه، توانایی ورود به کشورهای جدید، تمایز تصویر و برند شرکت نزد مشتریان و جامعه.

آنها در واقع درحوزه مسئولیت اجتماعی یا CSR، به دنبال سه هدف همزمان هستند: حرکت طبق انتظارات جامعه، کمینه کردن یا حذف اثرات منفی روی محیط زیست و در عین حال عدم آسیب دیدن اقتصادی شرکت. {۱}

CSR مفهومی است که در صنایع مختلف، دامنه‌های مختلفی از تعاریف و فعالیت‌ها را در بر می‌گیرد. هدف اصلی این مقاله، کند و کاوی پیرامون پتانسیل‌های صنایع گاز و نفت جهت ایفای نقش در فعالیت‌های مربوط به حوزه CSR است و اینکه فعالیت‌های اجتماعی داوطلبانه شرکت‌های نفتی، چه مزایایی برای جامعه می‌تواند داشته باشد.

شرکت‌های نفتی در دو قرن اخیر، نقش بزرگی در اقتصاد جهانی ایفا کرده‌اند. تمرکز ما در این پژوهش، بر روی شرکت‌های نفتی "چند ملیتی"^۲ است. این تمرکز از این جهت صورت گرفته است که شرکت‌های ملی و دولتی^۳ غالباً به دلیل اینکه عملیاتشان در حوزه‌ی کشورهای خودشان است یا اینکه از حمایت‌های دولتی برخوردار می‌شوند، با فشار خاصی جهت انجام فعالیت‌های CSR روبرو نیستند. ما در این مقاله خواهیم دید که برخلاف شرکت‌های نفتی دولتی، از شرکت‌های نفتی چند ملیتی انتظار زیادی می‌رود که نقش مثبت فعالی در امور سه‌گانه‌ی محیط زیست، توسعه و اداره جامعه داشته باشند.

در ادامه ضمن مروری بر ادبیات CSR به این مسئله خواهیم پرداخت که چرا CSR برای شرکت‌های نفتی اهمیت دارد، سپس تجاربی از فعالیت‌های شرکت‌های چندملیتی را در حوزه‌ی مسئولیت‌های اجتماعی با هم مرور خواهیم کرد؛ پس از آن در قسمتی جداگانه نیم‌نگاهی به وضعیت فعالیت‌های CSR این شرکت‌ها در ایران خواهیم پرداخت که بدین منظور مصاحبه‌ای هم با یکی از صاحب‌نظران این حوزه در ایران ترتیب داده‌ایم و در نهایت نتیجه‌گیری از بحث ارائه خواهیم داد.

مروری بر ادبیات CSR

¹ Corporate Social Responsibility

² Multinational or International Oil Companies (IOCs)

³ State-owned companies

مسئولیت اجتماعی سازمان یا CSR، به طور خلاصه به این مفهوم است که شرکت به موازات تلاش برای پیشینه کردن سود خود، در قبال جامعه نیز مسئولیت‌هایی دارد. شرکت‌ها با فعالیت‌هایشان، بر کیفیت زندگی کارکنان، مشتریان، سهام داران و شهروندان جامعه ای که در آن فعالیت می‌کنند، اثر می‌گذارند. بنابراین مدیران، به موازات تعقیب هدف افزایش ارزش سهام شرکت، مسئولیت‌های اجتماعی‌ای دارند که فراتر از حداقل الزامات اشاره شده در قانون است. {۲}

روابط شرکت‌های خصوصی با جامعه شهری و دولت در بیست سال گذشته، دچار تغییرات اساسی شده است. جهانی سازی، خصوصی سازی، بازنگری مقررات و بازتعریف مرزهای بین جامعه و بازار، این انتظار را از شرکت‌های خصوصی پدید آورده است که در تامین کالاهای عمومی، مشارکت داشته باشند. در همین حال، رابطه شرکت‌ها و جامعه شهری، از رابطه کمک از بالا به پایین (پدرسالارانه)، تغییر یافته و دچار یک بازنگری در نقش‌ها، حقوق و مسئولیت‌های کسب و کارها در جامعه شده است.

این تغییرات، شرکت‌ها را متوجه این مسئله کرده است که تضمین موفقیت بلند مدتشان، نیازمند توجه بیشتر و افزایش نقش شان در حل مسائل و مشکلات محیط زیستی و اجتماعی است. به همین سبب، شرکت‌های بزرگ و موفق، روز به روز توجه شان به CSR زیاد تر می‌شود و اقداماتی از قبیل متعهد شدن به استانداردها، سرمایه گذاری‌ها در جامعه، بهبود مستمر، راضی نگه داشتن ذی‌النفعان و انتشار مرتب گزارش‌های عملکرد اجتماعی و محیط زیستی را در اولویت کارهای خود قرار می‌دهند. اهمیت CSR تا به حدی بالا رفته است که اتحادیه اروپا، سال ۲۰۰۵ را به عنوان سال "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها" نام گذاری کرده است. {۲}

برخی تعاریفی که برای CSR ارائه شده اند، بدین شرح می‌باشند:

- "تعهد مستمر بنگاه به رفتار اخلاق-مدار و سهم داشتن در توسعه اقتصادی در کنار بهبود کیفیت زندگی نیروی کار و خانواده-هایشان و نیز در مقیاس بزرگتر گروه‌های اجتماعی و جامعه" {۳}
- "مسئولیت اجتماعی نه تنها به معنی برآورده کردن الزامات قانونی است، بلکه به معنی فراتر رفتن از تعهدات قانونی و سرمایه گذاری بیشتر در سرمایه انسانی، محیط زیست و رابطه با سهام‌داران است." {۴}
- "اداره کردن یک کسب و کار به شکلی که الزامات قانونی، اخلاقی، تجاری و انتظارات جامعه از یک کسب و کار را برآورده کند یا فراتر از آنها برود." {۳}
- "فعالیت‌هایی که جزو الزامات قانونی نیستند، ولی به منظور تحقق برخی دستاوردهای اجتماعی انجام می‌شوند و تحت چتر تمایلات ضمنی و نهفته اقتصادی شرکت‌ها گسترش می‌یابند." {۵}

خیلی از مردم بر این باور هستند که دیگر برای شرکت‌ها کافی نیست که بگویند تنها دغدغه شان، کسب سود برای سهام‌دارانشان است؛ چرا که آنها مشغول اقداماتی هستند که به طور اساسی (مثبت یا منفی)، بر زندگی جوامع پیرامونشان در سراسر دنیا اثر می‌گذارد. {۲}

در مورد اینکه CSR دقیقاً چیست و حدود آن کدام است، توافق مشخصی بین صاحب نظران وجود ندارد. افراد مختلف، آن را از دیدگاه خود تفسیر می‌کنند. برای نمونه، محققانی که به دنبال درآوردن رویه‌های CSR هستند، با افرادی که به دنبال عملیاتی کردن مفاهیم CSR در شرکت‌ها هستند، قطعاً اختلاف دیدگاه دارند. همچنین CSR برای بخش دولتی و بخش خصوصی معانی جداگانه‌ای در بردارد. {۶}

علاوه بر این، مسئولیت شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه، بسته به شرایط اجتماعی و ملی تفاوت می‌کند. برای مثال در مالزی، عقاید مذهبی تا اندازه ای توانسته محرکی برای توسعه CSR و تعیین حدود آن در شرکت‌ها باشد. این در حالی است که مثلاً در آفریقای جنوبی، شرکت‌ها برای تلاش جهت از بین بردن تبعیض نژادی تحت فشار هستند. شرکت‌ها در مالزی، بر فعالیت‌های خیریه متمرکز می‌شوند (به خصوص در اعیاد اسلامی و مذهبی چینی)، در حالیکه در آفریقای جنوبی، این تمرکز بر توانمندسازی سیاهان، قرار دارد. بنابراین می‌بینیم که CSR دامنه وسیعی از مفاهیم را در بر می‌گیرد و این برای مدیران شرکت‌ها که احتمالاً دوست دارند با مسائل کم‌تری سر و کار داشته باشند، چندان خوشایند نیست. علاوه بر این برخی شرکت‌ها ترجیح می‌دهند از واژگانی مانند پایداری^۴ یا شهروندی^۵ به جای CSR استفاده کنند. علاوه بر این بایستی بسیار دقت کرد که تعابیری که از CSR در کشورهای پیشرفته وجود دارد را به کشورهای در حال توسعه و

⁴ sustainability

⁵ citizenship

جهان سومی تعمیم ندهیم. برای مثال، مفهوم "فعالیت در امور خیریه" در حالی که از الزامات کار بسیاری شرکتها در کشورهای در حال توسعه است، در اروپا و غرب، به این اندازه اهمیت ندارد. {۶}

به خاطر این برداشتهای مختلف شاید بتوانیم نهایتاً CSR را همانند "فریناس"^۶، چتری بنامیم که تئوریهای مختلفی را در زیر خود دارد و به طور خلاصه این موارد را در بر میگیرد {۶}:

- شرکتها به خاطر اثراتی که بر جامعه و محیط طبیعی میگذارند، گاهی فراتر از الزامات قانونی و مسئولیتهایی که متوجه اشخاص است، مسئولیت بر عهده دارند.
- شرکتها در قبال رفتار دیگران با شرکای تجاریشان (برای نمونه، داخل زنجیره تامین) مسئولیت دارند.
- شرکتها برای بقای تجاری و نیز ایجاد ارزش افزوده برای جامعه، نیازمند این هستند که روابطشان را با جامعه مدیریت کنند.

چرا مسئولیت اجتماعی برای شرکتهای نفتی چند ملیتی، اهمیت دارد؟

شرکتهای بزرگ و فرا ملی عمدتاً گزارشاتی تحت عنوان مسئولیت اجتماعی شرکتها را هر ساله منتشر کرده و در دسترس عموم قرار می دهند که در آن با بر شمردن برخی از ضوابط و اصول کاریشان، شرحی از فعالیتهای سرمایه گذاریها و نیز مشارکتهای اجتماعی خود را ارائه می دهند. گزارش دهی اجتماعی شرکتها روشی برای مدیریت اثر گذار و پذیرش اجتماعی است که توسط سازمانها طرح می شود تا رضایتمندی ذی النفعان گوناگون را در مورد رفتارهای عمومی شان تضمین کنند. شرکتها گزارش دهی اجتماعی را بعنوان فرآیند ارتباط اثرات زیست محیطی و اجتماعی فعالیتهای اقتصادی شرکت بر روی گروههای ذی النفع به ویژه در بین جامعه و در سطح وسیع آن می بینند. هر ساله نیز موسساتی بر اساس این گزارشات، شرکتها را از نظر مسئولیت پذیری اجتماعی رده بندی می کنند، مجله فورچون یکی از این نشریات است. {۷}

شرکتهای نفتی و گازی جزو پیشتازان دنیای CSR هستند. این موضوع حداقل به خاطر این است که اثرات منفی زیاد فعالیتهای نفتی، به راحتی آشکار است و همواره از طرف افراد بومی و جامعه اعتراضهایی به این موضوع صورت گرفته است که این مسئله با مروری بر اخبار عمومی نقاط مختلف دنیا، به راحتی قابل درک است.

مثالهایی از این فشارها، عبارتند از:

- حوادثی که برای کشتیهای حامل محمولههای نفتی رخ می دهد و سبب آلودگیهای زیست محیطی گسترده می شود و اعتراضات گسترده گروههای حامی محیط زیست که جدیدترین نمونه آن، نشت نفت به دریا از یکی از میدانهای نفتی شرکت "بی-پی" در خلیج مکزیک است. {۸}
- اعتصابات محلی در اعتراض به فعالیت شرکتها نظیر آنچه در نیجریه برای "شل"^۸ رخ داد. {۶}
- متهم شدن "بی-پی" در کلمبیا به نقض حقوق بشر {۶}
- متهم شدن "استات اویل"^۹ به نقض قوانین ضد فساد نروژ، در هنگام فعالیت در ایران {۹}

به نظر می رسد شرکتهای نفتی، برای مدیریت روابطشان به جامعه بیشتر از سایر صنایع، تحت فشار باشند. عملیات تولید نفت می تواند اثرات نامطلوبی بر محیط زیست بگذارد. مانند نشت نفت از خطوط یا آلودگی هوا ناشی از فوران گاز در حین انتقال نفت؛ علاوه بر این،

⁶ Frynas

⁷ BP(British Petroleum)

⁸ Shell

⁹ Statoil

تانکرها معمولاً هنگام تخلیه، مقداری نفت را وارد دریا می‌کنند. آلاینده‌های پالایشگاه‌ها هم می‌تواند شامل مواردی نظیر آب آلوده به تفاله‌ی نفتی، فاضلاب و یا آلودگی هوا باشد. {۶}

در مقایسه با سایر صنایع، شرکت‌های نفتی با گروه‌های محلی در تعامل بیشتری هستند و این موضوع محدود به شرکت‌های اروپایی و آمریکایی نیست؛ بلکه شرکت‌هایی نظیر "کویت پترولیوم"^{۱۰} و "نفت هند"^{۱۱} را نیز در بر می‌گیرد. تعدادی از شرکت‌های چندملیتی نفتی، در انرژی‌های نو-به‌عنوان منبع دیگری از درآمد- نیز سرمایه‌گذاری کرده‌اند و از این طریق، در مباحثی چون مقابله با تغییرات آب و هوایی، پیشگام هستند. علاوه بر این امروزه شرکت‌های نفتی، در طرح‌های بزرگ توسعه‌ی جوامعی که در آنها فعالیت می‌کنند، حضور فعال دارند. آنها به ساختن مدرسه و بیمارستان می‌پردازند؛ اعتبارات و وام‌های خرد^{۱۲} به مردم محلی می‌پردازند و در ایجاد اشتغال برای جمعیت جوان به خصوص در کشورهای در حال توسعه مشارکت فعال دارند. {۶}

آنها با موسساتی موسساتی نظیر USAID^{۱۳} و UNDP^{۱۴} (که در امر توسعه فعالیت می‌کنند) و نیز NGO^{۱۵} ها، همکاری نزدیک دارند؛ نکته جالب در مورد CSR این است که شرکت‌های نفتی، به طرق متفاوتی این مفهوم را در فعالیت‌های خود در نظر گرفته‌اند.

برای مثال، شرکت‌های "شل" و "بی-پی" به‌عنوان پیشگامان بحث CSR در دنیا شناخته می‌شوند. آنها سردمدار حرکت‌های CSR بین‌المللی نظیر Global Compact و Global Reporting Initiative (GRI) هستند. آنها ظاهراً بیش از سایر شرکت‌های نفتی، متعهد شده‌اند که در کاهش آلاینده‌های هوا نظیر دی‌اکسید کربن، اقدام کنند و از این راه به ایفای نقش خود در جلوگیری از گرم شدن زمین بپردازند. البته در مقابل این نمونه‌های موفق، نمونه‌هایی مانند شرکت "اگزون"^{۱۶} نیز وجود دارد که همان طور که در قسمت بعد خواهیم دید، به خاطر خلاء فعالیت مناسب در زمینه‌های اجتماعی و محیط زیستی، بارها مورد انتقاد گرفته‌اند. {۶} البته هم "اگزون" و هم سایر شرکت‌های نفتی بین‌المللی حالا بیشتر، اهمیت انجام داوطلبانه‌ی فعالیت‌های اجتماعی و سازگار با محیط زیست را درک می‌کنند، به طوری که حتی شرکتی دولتی مانند "پتروچاینا"^{۱۷} هم در سال ۲۰۰۷، برای اولین بار، گزارش سالیانه‌ای مختص فعالیت‌های CSR خود منتشر می‌کند. {۱۰}

بررسی منابع موجود نشان می‌دهد، شرکت‌هایی بیشتر در زمینه CSR دغدغه دارند، که دامنه فعالیت‌های جهانی‌شان، گسترده تر و وابستگی‌شان به بازارهای سهام بین‌المللی و نیز اعتبار و شهرت جهانی‌شان، بیشتر از سایرین است.

برای مثال در حالیکه خیلی از شرکت‌های عظیم نفتی از قبول پروژه در کشورهای با رژیم‌های ناقص حقوق بشر نظیر سودان و برمه، سرباز می‌زنند، شرکت "پتروچاینا" در حال توسعه فعالیت‌هایش در آنجا است. نکته ای که این میان بایستی به آن توجه داشت این است که بیشتر نفت و گاز دنیا در دست شرکت‌هایی است که ملی هستند و مالکیتشان دولتی است. روسیه، عربستان سعودی و ایران از جمله دولت-هایی هستند که مالک این شرکتها می‌باشند. علاوه بر این در حدود ۵۰ درصد ذخایر شناخته شده نفت و گاز دنیا تحت کنترل پنج شرکت خاورمیانه ای^{۱۸} است. شش مورد از ده شرکت بزرگ تولید کننده گاز و نفت، دولتی هستند و این نسبت در مورد پنجاه شرکت بزرگ نفتی و گازی دنیا، بیش از پنجاه درصد است. شرکت‌های نفتی بزرگ دولتی، عمدتاً به عملیات در کشورهای خودشان مشغول هستند. برای نمونه، شرکت‌های ملی نفت ایران، عربستان و مکزیک تقریباً هیچ گونه عملیات اکتشافی در خارج از مرزهایشان ندارند. {۶}

آنچه که واضح است این است که این شرکت‌ها، به نسبت شرکت‌های چند ملیتی، کم‌تر تحت فشارهای افکار عمومی و جامعه هستند که در مورد مسئولیت اجتماعی، وظایف خود را به درستی انجام دهند. علاوه بر این، اطلاعات کمی هم از ابعاد فعالیت‌های این شرکت‌ها موجود است و بنابراین بررسی نحوه عملکرد آنها در حوزه فعالیت اجتماعی، سخت تر است.

¹⁰ Kuwait Petroleum

¹¹ Indian Oil

¹² Micro-credit

¹³ US Agency for International Development

¹⁴ United Nations Development Programme

¹⁵ Non Governmental Organizations

¹⁶ Exxon Mobil

¹⁷ PetroChina

¹⁸ Saudi Aramco, Kuwait Petroleum, the National Iranian Oil Company, Sonatrach of Algeria, the Abu Dhabi National Oil Company

علاوه بر این، آمار نشان می‌دهد، شرکت‌های چند ملیتی غربی در مقایسه با شرکت‌های چند ملیتی نوظهور شرقی، گزارش‌های جامع‌تری از فعالیت‌ها و اثرات زیست محیطی عملیاتشان می‌دهند. جداول شماره ۱ و ۲، این موضوع را به طور مقایسه‌ای بیان می‌کنند.

نام شرکت	کشور	میزان نشت سوخت‌های هیدروکربنی	میزان آلودگی آب	انتشار گازهای گلخانه‌ای	میزان گاز سوزانده شده	مصرف انرژی	نظام مدیریت محیط زیست
BP	انگلستان	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده
Shell	انگلستان	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده	گزارش مختصر	گزارش مختصر
Chevron	آمریکا	گزارش شده	-	گزارش شده	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده
Exxon	آمریکا	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش مختصر
Statoil	نروژ	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده	-
Norsk Hydro	نروژ	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش مختصر	گزارش شده	-
Total	فرانسه	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	گزارش مختصر
ENI	ایتالیا	گزارش شده	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده
Repsol	اسپانیا	گزارش شده	گزارش شده	گزارش شده	-	گزارش شده	گزارش شده
OMV	اتریش	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده	-	گزارش شده	گزارش مختصر

جدول ۱- شاخص‌های کلیدی زیست محیطی که در گزارشات شرکت‌های نفتی چند ملیتی غربی آمده است. {۶}

طبق تحقیقی که در سال ۲۰۰۵ توسط مشاوران شرکت KPMG برگزار شد، ۱۶ مورد از ۲۰ شرکت نفتی و گازی که در میان ۲۵۰ کمپانی بزرگ دنیا قرار داشتند، در مورد مسئولیت‌های اجتماعی‌شان اقدام به انتشار گزارش کرده بودند، که نسبت به مقدار ۵۸٪ در سال ۲۰۰۲، به میزان قابل توجه ۸۰٪ رسیده است. به عنوان یکی از نشانه‌های حساس شدن شرکت‌های نفتی به مقوله محیط زیست، آنها در حال حاضر گزارشات مفصل‌تری نسبت به این مقوله‌ها منتشر می‌کنند. جالب توجه است که تحقیقات بین‌المللی تایید می‌کنند که گزارشات محیط زیستی در میان شرکت‌های نفتی و گازی نسبت به سایر صنایع، جامع‌تر و گسترده‌تر هستند که البته با توجه به اثرات محیط زیستی زیاد این صنعت، چندان هم عجیب نیست. {۶}

CSR برای شرکت‌های نفتی و گازی، محدوده وسیعی از فعالیت‌ها، نظیر آموزش، توسعه بهداشت، مشارکت در کاهش فقر، توسعه شهری و روستایی، توسعه فعالیت‌های ورزشی، حمایت از حقوق بشر و میراث فرهنگی، اشتغال زایی و ... را در بر می‌گیرد. اینکه شرکت‌ها تمرکزشان را بر کدام دسته از فعالیت‌ها متمرکز کنند، بستگی کامل به شرایط مکان فعالیتشان دارد؛ علاوه بر این عامل زمان نیز، فاکتور مهم دیگری در این میان است. به طوری که در یک منطقه ممکن است نوع خاصی از فعالیت‌ها در زمانی، بیشتر مورد توجه قرار گیرد. {۱۱}

برای مثال در کشورهای توسعه یافته، فعالیت‌های CSR این شرکت‌ها به طور معمول شامل حمایت مالی از موسسات فرهنگی یا پشتیبانی از تحقیق و علم پژوهی است؛ در حالیکه در کشورهای در حال توسعه، شرکت‌های چندملیتی معمولاً به حمایت از پروژه‌های زیربنایی و اغلب اقداماتی نظیر حمایت مالی از ساخت مدرسه و بیمارستان و تامین آب آشامیدنی در جوامع خاص می‌پردازند. {۵}

نام شرکت	کشور	میزان نشت سوخت‌های هیدروکربنی	میزان آلودگی آب	انتشار گازهای گلخانه‌ای	میزان گاز سوزانده شده	مصرف انرژی	نظام مدیریت محیط زیست
CNOOC	چین	-	گزارش مختصر	-	-	-	گزارش مختصر
Sinopec	چین	-	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش مختصر	گزارش مختصر
Lukoil	روسیه	-	گزارش مختصر	-	-	-	گزارش مختصر
Gazprom	روسیه	-	گزارش مختصر	گزارش شده	-	-	گزارش مختصر
MOL	مجارستان	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده	-	گزارش شده	گزارش مختصر
Petrobras	برزیل	گزارش مختصر	-	گزارش شده	گزارش مختصر	گزارش شده	گزارش شده
Petronas	مالزی	-	-	-	-	-	گزارش شده

گزارش مختصر	-	-	-	-	-	لهستان	PKN Orlen
گزارش مختصر	-	-	گزارش شده	گزارش مختصر	گزارش مختصر	تایلند	PTT
گزارش مختصر	گزارش شده	-	گزارش شده	گزارش مختصر	-	آفریقای جنوبی	Sasol

جدول ۲- شاخص‌های کلیدی زیست محیطی که در گزارشات شرکت‌های نفتی چند ملیتی شرقی آمده است. {۶}

سازمان‌های بین‌المللی، NGOها و گروه‌های محلی و افکار عمومی به طور فزاینده‌ای انتظار دارند که شرکت‌های بین‌المللی در زمینه‌های وسیع‌تر اجتماعی و توسعه جوامع، از طریق ترویج اموری نظیر شفافیت، مدیریت و قانونگذاری مناسب، برابری اجتماعی و حقوق بشر، فعالیت کنند که سابق بر این خیلی مورد توجه نبود. {۵}

اهمیت CSR، برای شرکت‌های نفتی را از این جهت بهتر می‌توانیم درک کنیم که بدانیم علاوه بر محرک‌های اشاره شده تاکنون، در جایی که تفاوت عمده‌ای از لحاظ کیفیت بین محصولات دو رقیب بزرگ نیست، پارامتری مثل شهرت اجتماعی، واقعا نقش مهمی در جلب نظر مشتریان دارد. برای مثال، یک مشتری که می‌خواهد سوخت خودرویش را از بی-پی یا شل خریداری کند، احتمالا برچسب مسئولیت پذیری اجتماعی و محیط زیستی را به عنوان تصویری از برندهای مورد نظر در ذهن خود بررسی خواهد کرد. {۱۲}

نگاهی اجمالی به تجربه‌های شرکت‌های نفتی چند ملیتی در حوزه مسئولیت اجتماعی

بر طبق گزارش سال ۲۰۰۵ نشریه "فورچون"، شرکت‌های "بریتیش پترولیوم" و "رویال داچ شل"^{۱۹} به عنوان دو شرکت نخست دنیا از نظر مسئولیت پذیری در قبال مسائل اجتماعی و زیست محیطی معرفی شدند. شرکت نفتی "بریتیش پترولیوم" از نظر میزان مسئولیت پذیری در قبال مسائل اجتماعی و زیست محیطی در میان شرکت‌های اقتصادی جهان در رتبه اول قرار گرفته است و شاخص مسئولیت پذیری برای این شرکت ۷۸ اعلام شده است.^{۲۰} طبق این گزارش، پس از بریتیش پترولیوم به ترتیب شرکت نفتی "رویال داچ شل"، شرکت خدماتی دافون، بانک اچ اس بی سی، کارفور، شرکت اتومبیل سازی فورد، شرکت الکترونیکی توکیو، الکترونیک فرانسه، شرکت اتومبیل سازی پژو و شرکت نفتی شورن قرار دارند. {۷}

باید توجه داشت که گسترش ابعاد فعالیت شرکت‌های نفتی در حوزه CSR به موازات افزایش انتظارات جوامع از آنها، در برخی موارد، حتی آنها را به این سمت سوق داده است که به اقدامات مشارکتی با رقبایشان در جهت انجام مسئولیت‌های اجتماعی دست بزنند. {۱۳}

به هر حال، آنچه مهم است این است که امروزه CSR، بخش جدایی ناپذیری از فعالیت‌ها و برنامه‌های شرکت‌های چند ملیتی نفتی شده است. در ادامه مرور مختصری بر برخی تجربیات شرکت‌های بین‌المللی نفتی در حوزه CSR، خواهیم پرداخت.

شرکت نفتی "استات اوایل"^{۲۱} و مسئولیت اجتماعی: {۷}

شرکت نروژی استات اوایل مسئولیت اجتماعی را جزیی جدایی ناپذیر از رسالت خود می‌داند به طوری که در بیانیه ماموریت‌اش می‌نویسد:

"استات اوایل معتقد است که تعهد در قبال محیط زیست و اجتماع پیش‌نیازی است برای موفقیت دراز مدت و پایدار، همچنین هر شرکتی برای پایدار بودن می‌بایست به موفقیت مالی دست یافته و برای صاحبانش ارزش بیافریند. کمک به ارزش آفرینی، توسعه دانش و تخصص و انتقال تجربه در کشور های که استات اوایل در آنها مشغول به کار است از تعهدات این شرکت است."

¹⁹ Royal Dutch Shell

^{۲۰} بنابراین گزارش، شاخص مسئولیت پذیری ارقام صفر تا ۱۰۰ را در برمی‌گیرد و هرچه این رقم بیشتر باشد دلالت بر مسئولیت پذیری بیشتر دارد.

²¹ Statoil

در گزارش اهداف و مسئولیت‌های شرکت، موارد زیر که مرتبط با CSR هستند، جلب توجه می‌کنند:

پروژه های سرمایه گذاری اجتماعی استات اوپل که در ارتباط با حقوق بشر و توسعه هستند اهداف زیر را دنبال می‌کنند:

- سرمایه گذاری در پروژه های که مستقیماً به نیازهای اجتماعی و حقوق بشر مرتبط هستند ، باعث افزایش درک جوامعی می-شوند که استات اوپل در آنها مشغول به فعالیت است.
 - ایجاد توانایی های بومی در زمینه هایی نظیر بهداشت ، آموزش ، حقوق بشر و مدیریت مناسب مسئولیت اجتماعی شرکتی در استات اوپل ، در موارد زیر خلاصه می‌شود:
 - تحقق بخشیدن وعده های شرکت به کارمندان، سرمایه گذاران ، تامین کننده گان کالا و خدمات، مشتریان و اجتماعات محلی
 - فعالیت به روشی شفاف و محترمانه
 - مسئولیت پذیری در قبال تمام افراد ذینفع
- استات اوپل تعهدات اجتماعی خود را از طریق موارد زیر می‌پذیرد:
- انجام کار به روشی اخلاقی ، پایدار و از نظر اجتماعی مسئولانه
 - کمک به ایجاد ارزش و توسعه دانش و تخصص
 - انتقال تجربه در کشورهای که استات اوپل در آنها مشغول به کار است.
 - رعایت و ترفیع استانداردهای بنیادین حقوق بشر و حقوق کارگران

شرکت نفتی بریتیش پترولیوم (بی-پی):

این شرکت در نقاط مختلف جهان سرمایه گذاری‌های زیادی برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود انجام داده است. برای مثال می‌توان به اقدامات این شرکت در کشور ترکیه، اشاره کرد. اقداماتی از قبیل {۱۲}: کمک‌ها در جریان زلزله سال ۱۹۹۲، چاپ آلبوم عکس ترکیه به یاد یکی از بزرگان عکاسی ترکیه، کمک به حفظ نسل پلیکان تاج دار، کاشت سی هزار نهال در یکی از مناطق حفاظت شده ترکیه، مشارکت در برنامه آموزش ترافیک به دبستانی‌ها، همکاری با اداره مرکزی پلیس جهت تعلیم یک تیم تحت‌تأثیر جهت اجرای برنامه در پانصد مدرسه ابتدایی و آموزش مقررات راهنمایی رانندگی به دانش آموزان، اسپانسر شدن در برنامه‌های آموزشی گوناگون، همکاری با سازمان‌های حامی محیط زیست جهت کمک به حفظ نسل گونه های در حال انقراض؛

"بریتیش پترولیوم"، در حال حاضر بزرگترین تولید کننده سیستم‌های انرژی خورشیدی در دنیاست و توانسته خود را به نام یک "شرکت سبز"، تصویر سازی کند که قطعاً اقدامی هم راستا با استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بوده است. {۱۴}

انجام تحقیقات در حوزه تکنولوژی‌های انرژی خورشیدی و بادی، انجام تحقیقات در حوزه بهینه سازی مصرف انرژی در ساختمان‌ها، انجام تحقیقات در حوزه حداقل سازی اثرات جانبی پروژه‌ها از اقداماتی بوده که در شکل دهی این تصویر سبز از شرکت، موثر بوده است. {۱۵}

شرکت نفتی "شل" یا "رویال داچ شل":

این شرکت بزرگ که در ۱۵۵ کشور دنیا پروژه‌های در دست اجرا دارد، در زمینه‌های استخراج، بهره برداری، محصولات نفتی و گازی، قدرت و انرژی‌های تجدید پذیر فعالیت می‌کند. این شرکت در زمینه‌های مسئولیت اجتماعی، اقدامات گسترده ای در سراسر دنیا انجام می-

دهد که برای نمونه برخی اقداماتی که در کشور نیجریه انجام داده است عبارت است از {۱۲}: توجه ویژه به اثرات محیطی فعالیت‌ها و تلاش برای برقراری ارتباط خوب با جامعه محلی از طریق پوشش دادن خدمات بهداشتی، آموزش فارغ التحصیلان مدارس و دانشگاه‌ها جهت آماده شدن برای کار در صنعت نفت، احداث ۱۴ بیمارستان صحرایی، احداث ۱۳ مرکز بهداشت، کمک به مبارزه با انتشار بیماری ایدز، برگزاری مسابقات فوتبال جام "شل" در سطح ۳۰۰۰ مدرسه جهت ارتقای سطح فوتبال در نیجریه، اعطای بورسیه‌های تحصیلی در مقاطع مختلف، فعالیت در زمینه توانمند سازی اقتصادی و اعطای اعتبارات خرد^{۲۲} جهت کمک به توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط؛

آن طور که در بیانیه‌های رسمی شرکت آمده، گروه "رویال داچ شل" خود را در پنج زمینه زیر متعهد می‌داند {۷}:

۱- در قبال سهامداران

حمایت از سرمایه گذاری سهامداران و تامین بازدهی مقبول

۲- در قبال مشتریان

جلب و حفظ مشتریان با تهیه و ساخت فرآورده ها و ارائه خدماتی که از لحاظ قیمت، کیفیت، ایمنی و تاثیرات زیست محیطی ارزشمند بوده و مطابق ضوابط و شرایط فنی، زیست محیطی و تجاری باشند.

۳- در قبال کارکنان

احترام به حقوق انسانی کارکنان، تامین شرایط کاری خوب و ایمن برای آنها، ارائه خدمات تحت شرایط مطلوب، ارتقا، توسعه و استفاده بهینه از استعداد های فردی و تامین فرصت‌های شغلی برابر، تشویق کارکنان به برنامه ریزی و جهت دادن به کارهای خود و پایبندی آنها به این اصول در کار شرکت، بدیهی است که موفقیت در کار مبتنی بر تعهد و پایبندی کلیه کارکنان است.

۴- در قبال کسانی که با شرکت رابطه بازرگانی دارند

دستیابی به روابط سودمند متقابل با پیمانکاران، فروشندگان و شرکت‌های سرمایه گذاری مشترک و ارتقای اصول کلی تجارت با بکارگیری آنها، توانایی پیشبرد موثر این اصول، عامل مهمی در تصمیم گیری‌های شرکت برای ایجاد و حفظ چنین روابطی خواهد بود.

۵- در قبال جامعه

هدایت تجارت در قالب شخصیت حقوقی در جامعه، رعایت قوانین کشورهای محل فعالیت، حمایت از حقوق اساسی بشر در راستای نقش قانونی تجارت و رعایت کامل اصول سلامتی، ایمنی و زیست محیطی در چهارچوب تعهدات شرکت‌های شل برای مشارکت در توسعه‌ای پایدار.

آن طور که شرکت "شل"، تاکید دارد، این پنج زمینه از یکدیگر قابل تفکیک نیستند، بنابراین وظیفه مدیریت شرکت آن است که پیوسته اولویت‌ها را ارزیابی کرده و بر اساس این اولویت‌ها به بهترین وجه ممکن به مسئولیت‌های خود عمل کند.

همه شرکت‌ها و کارکنان "شل" باید از بیانیه اصول کلی تجارت "شل" تبعیت کنند. این اصول مسئولیت‌های شرکت را در قبال حقوق بشر و محیط زیست و ایجاد محیط کاری سالم و ایمن برای کارکنان و شرکای تجاری روشن کرده است و آن طور که بیان شده، آنها را به تبعیت از اصول «رقابت منصفانه»، «پرداخت های سیاسی ممنوع» و «رشوه ممنوع» موظف می‌کند.

"شل" این اصول را فقط در داخل شرکت به کار نمی برد و از پیمانکاران و شرکای تجاری خود نیز انتظار دارد که در هماهنگی با این اصول کار کنند. "شل" عنوان می‌کند که: "اگر نتوانیم پیمانکاران و شرکا را در مورد اهمیت پایبندی به این اصول متقاعد کنیم، به قرارداد خود با آنها خاتمه داده و از شرکت‌های سرمایه گذاری مشترک خارج می‌شویم. ما در زمینه تصمیم گیری، با توجه به توسعه پایدار (یعنی ایجاد هماهنگی بین مسائل اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی و ایجاد توازن در نیازهای بلند مدت و اولویت‌های کوتاه مدت) نیز در حال پیشرفت دائم هستیم. ما اهداف خود را در حیطه‌های مالی، سلامتی، ایمنی و زیست محیطی تعیین کرده ایم و در پی راه‌هایی برای مشخص تر کردن اهداف و سنجیدن میزان پیشرفت خود در زمینه عملکرد اجتماعی هستیم."

²² Micro-Credit

شرکت نفتی توتال^{۲۳}:

شرکت "توتال" در نقاط مختلف جهان اقدامات اجتماعی و محیط زیستی زیادی انجام داده که برای مثال در نیجریه می‌توان به این‌ها اشاره کرد^{۱۲}: بناکردن زیرساخت‌هایی برای فراهم شدن انرژی، آب سالم، جاده و برق، توسعه خدمات بهداشتی، توسعه آموزشی و اهدای بورس تحصیلی، رفاه کارکنان، توسعه ظرفیت‌های انسانی و اقتصادی از طریق برنامه‌هایی نظیر اعتبارات خرد و توسعه کسب و کار و آموزش مهارت‌های فنی، اختصاص ۱۷ میلیون دلار در سال ۲۰۰۳ به برنامه‌های اقتصادی-اجتماعی در نیجریه، ساخت نیروگاه برای یکی از مناطق کشور نیجریه، ساخت مراکز تجاری مدرن، مراکز فرهنگی و کتابخانه، اهدای آمبولانس و تجهیزات پزشکی به بیمارستان‌ها، اعطای تجهیزات آموزشی به بیش از ۹۰ مدرسه، اعطای بورس تحصیلی به بیش از ۱۵۰۰۰ دانش آموز،

شرکت "اگزون موبیل"^{۲۴} و "پیمان کیوتو"^{۲۵}: {۱۴}

یکی از موارد بحث برانگیز در حوزه مسئولیت اجتماعی، مربوط به جهت‌گیری مدیران شرکت "اگزون موبیل" در سالهای ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ پیرامون مسئله گرمایش زمین و پیمان کیوتو بود. شرکت "اگزون موبیل" که یکی از بزرگترین کمپانی‌های نفتی دنیاست، برخلاف رقبای اروپایی اش یعنی "شل" و "بی-پی"، جهت‌گیری مخالفی نسبت به الزامات اشاره شده در پیمان کیوتو انجام داد. مدیران ارشد شرکت، از پذیرش رابطه بین فعالیت‌های کسب و کارشان و گرمایش زمین سرباز زدند به طوری که "لی-ریموند"^{۲۶} مدیر عامل "اگزون موبیل"، در سال ۲۰۰۲ اعلام کرد که: "ما معتقدیم هنوز علم آنقدر پیشرفت نکرده که بتوانیم رابطه بین سوخت‌های فسیلی و گرمایش زمین را ثابت کنیم". این موضوع گیری به کرات توسط سایر مدیران شرکت نیز بیان شد و حتی تبلیغاتی توسط شرکت در روزنامه‌ها به چاپ رسید که محتوای مشترکشان این بود که "پیمان غیر واقع‌گرایانه و از لحاظ اقتصادی زیان بار کیوتو باید بازنگری شود".

این موضوع گیری‌ها، واکنش افکار عمومی و به خصوص NGO های آمریکایی و حتی بین‌المللی را برانگیخت و برای چند سال منجر به کش مکش‌ها و مقابله‌های مختلف شد. در حقیقت NGO های حامی محیط زیست که در مقابل شرکت‌های خصوصی هم خود را ملزم به واکنش می‌دانستند، به طرق مختلف سعی کردند بر شرکت "اگزون موبیل" فشار وارد کنند. اثرات این فشارها، کتاب‌ها، مقاله‌ها و بیانیه‌ها تا جایی بود که شرکت در رده بندی سالانه‌ی بدنام‌ترین شرکت‌ها، رتبه دوم را به دست آورد. رده بندی روزنامه "فاینانشیال تایمز" نیز در سال ۲۰۰۱ نشان داد که این شرکت از لحاظ شهرت و خوشنامی نسبت به رقبای اروپایی اش، "بی-پی" و "شل"، عقب افتاده است. در بازار مشتریان نیز، اقداماتی نظیر تحریم پمپ بنزین‌های شرکت، باعث ضربات اقتصادی به "اگزون موبیل" شد و در حالیکه "شل" و "بی-پی" با سود رو به رشد در بازه زمانی ۲۰۰۱-۲۰۰۴ روبرو بودند، "اگزون موبیل" در این دوره با نوسانات زیادی مواجه شد. از جانب سهامداران نیز کمپین‌هایی برای متقاعد کردن مدیران شرکت به تغییر رویه، به راه افتاد. به هر حال علی‌رغم اینکه مدیران شرکت در آن بازه زمانی، به صراحت از مواضعشان کوتاه نیامدند، اما سعی کردند تا در گزارشات سالانه، نشان دهند که در مباحثی نظیر صرفه جویی در مصرف انرژی، اقدامات قابل توجهی انجام داده‌اند. صرف نظر از نتیجه‌ای که برای این داستان رخ داد، مهم آن بود که بی‌توجهی شرکت "اگزون موبیل" به مسئولیت اجتماعی‌اش در قبال گرم شدن زمین، سبب ایجاد فشارها و ددرسه‌های زیادی برایش شد.

تجربه‌های شرکت‌های نفتی چند ملیتی در ایران

²³ Total

²⁴ ExxonMobil

²⁵ Kyoto Protocol

²⁶ Lee Raymond

بخش نفت و گاز ایران، قدمتی بیش از صد سال دارد و فعالیت‌های خود را از ۱۹۰۸ شروع کرده است که از این نظر در خاورمیانه رتبه اول را دارد. با این وجود، مفهوم CSR و نقش بخش نفت و گاز در مناطق نفتی، تنها در چند دهه اخیر است که در مراکز دانشگاهی و نیز NGO ها مطرح شده است. قبل از آن فعالیت‌های CSR شرکت‌های نفتی در ایران محدود به فراهم ساختن زیرساخت‌ها و تجهیزات مورد نیاز صنعت و نیز ارائه خدمات به بخش محدودی از شهروندان که در صنعت نیز مشغول به کار بودند، می شد. تنها استثنای مشاهده شده نیز، ساخت مدرسه ها و آموزشگاه‌هایی در نزدیکی مراکز بهره برداری جهت آموزش کسانی بود که می‌خواستند به استخدام شرکت‌ها در بیایند. {۱۱}

بخش نفت و گاز ایران، نقشی حیاتی در اقتصاد کشور بازی می‌کند. طبق آمار رسمی، بیش از ۸۰ درصد درآمد کشور از صادرات نفت خام، میعانات گازی، و محصولات پتروشیمی حاصل می‌شود. ایران دومین دارنده ذخایر گاز دنیاست. {۱۱} و علاوه بر این سومین ذخایر ثابت شده نفت دنیا را نیز بعد از عربستان سعودی و کانادا در اختیار دارد. {۱۶}

طبق نظر "فریناس"، مدل‌های فعلی CSR برای محقق شدن به بهترین شکل، به وجود همزمان سه پارامتر نیاز دارند: "کسب و کارهای پاسخگو که علاقه مند به CSR باشند، یک جامعه شهری و مدنی مشتاق به مشارکت با کسب و کارها و نهایتاً یک دولت قوی که بتواند محیطی مناسب را برای CSR فراهم کند." {۶}

بررسی اجمالی منابع و مصاحبه با یکی از صاحب نظران که مدیریت یکی از NGO های ترویج مسئولیت اجتماعی در ایران را بر عهده دارد، ما را به این نتیجه می‌رساند که با توجه به پارامترهای اشاره شده توسط "فریناس"، در ایران، بستر فعالیت‌های CSR برای شرکت‌های خارجی از جمله شرکت‌های نفتی، به خوبی فراهم نیست.^{۲۷}

"علیرضا امیدوار" معتقد است که در ایران به کارهای CSR انجام شده توسط شرکت‌های خارجی به دلیل سوابق تاریخی، نگاه بدبینانه‌ای وجود دارد و اغلب به چشم جاسوسی فرهنگی یا در قالب پارادایم استعمار نگرسته می‌شود و بنابراین شرکت‌های خارجی اگر کاری هم در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی می‌کنند، تمایل زیادی ندارند که آن را منتشر کنند و کسب اطلاع در این زمینه با دشواری‌های زیادی روبرو است.

مسئله دیگری که امیدوار به آن اشاره می‌کند، این است که در حال حاضر فعالیت‌های شرکت‌های چند ملیتی به شدت در ایران کم رنگ شده و تعداد کارمندان شرکت‌هایی مانند "او-ام-و"^{۲۸} و "شل" از بیست نفر تجاوز نمی‌کند. CSR وقتی معنا پیدا می‌کند که شرکت، در ایران پروژه ای در دست اقدام داشته باشد. اما در حال حاضر نمی‌توان انتظار هیچ گونه فعالیتی از آنها داشت. شرکت‌های چینی و تایلندی هم اعتقادی به CSR به مفهوم واقعی ندارند و اگر اندک فعالیتی انجام می‌دهند، در راستای کسب امتیاز از دولت است.

"زیمنس" در حالی یک پروژه CSR در ایران اجرا نمی‌کند، که بودجه اختصاص داده به این کارش در عربستان، در حدود بیست میلیون دلار در سال است. حجم کارهای CSR شرکت‌های نفتی در ایران، در مقایسه با سایر کشورها، خیلی کمتر بوده است. او مهمترین دلیل را فراهم بودن فضای سیاسی اجتماعی کشورهای دیگر، برای کارهای CSR می‌داند.

امیدوار معتقد است شرکت‌های ایرانی و حتی خارجی‌هایی که در ایران مشغول به فعالیت هستند، از مشهور شدن واهمه دارند و معتقدند افتادن نامشان بر سر زبان‌ها مساوی با افزایش ریسک است.

علیرضا امیدوار معتقد است از پنج بُعد مهم CSR (یعنی جامعه، محیط کار، رهبری سازمان، بازار و صنعت، محیط زیست)، بیشتر دو بُعد مسئولیت اجتماعی در جامعه (کمک‌های خیریه، مشارکت با نهادهای اجتماعی و ...) و مسئولیت اجتماعی در محیط کار (مزایای رفاهی برای کارمندان، ایمنی و سلامت کارکنان و ...) مورد توجه قرار گرفته است و در سایر بخش‌ها به خصوص بخش‌های مهمی مانند محیط زیست، فعالیت‌ها بسیار ناچیز هستند.

^{۲۷} علیرضا امیدوار، مدیر دفتر ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و دارنده مدرک MBA در گرایش CSE از دانشگاه ناتینگهام انگلستان است. نگارندگان در تاریخ ۱۹ خرداد ۸۹ مصاحبه ای با ایشان انجام داده اند که در این بخش از مقاله، مورد استفاده قرار گرفته است. آدرس اینترنتی تشکل تحت مدیریت ایشان، www.csriran.com است.

او اضافه می‌کند که شرکت‌های خارجی به دلایل مشابه شرکت‌های ایرانی به دنبال فعالیتهای CSR نمی‌روند. در واقع آنها به دنبال مزایایی نظیر دریافت گواهینامه EFQM به خاطر فعالیتهای CSR نیستند. بلکه مهمترین دلیلی که آنها را به این کار می‌کشاند، "مدیریت ریسک" است. مثلاً جلوگیری از اعتصاب کارگران بومی و یا بسته شدن جاده توسط محلیان؛ او بیان می‌کند که اگر شرکت "شل" خانه کودک می‌سازد، به دنبال بهبود رابطه اش با بخش دار و مردم محلی است که بعدها تهدیدی برای آن شرکت نشوند. در واقع شرکت‌های چند ملیتی، به دلیل نظام "مدیریت ریسک" یا "تحلیل ذی النفعان"^{۲۹} که دارند، به این نتیجه رسیده اند که در ایران، CSR را پیاده سازی کنند.

برخی از اقدامات انجام شده توسط شرکت‌های نفتی خارجی در ایران عبارتند از {۱۷}:

شرکت او-ام-و:

نوسازی و تجهیز تعدادی از مدرسه ها، مشارکت در حفظ لاک پشت‌های جزیره قشم

شرکت شل:

تدارک دیدن بورسیه‌های آموزشی به دانشجویان پزشکی، ساخت یک مرکز کودکان در بزم، تجهیز مدارس در اهواز به اینترنت، احداث مدرسه فوتبال در اهواز

شرکت استات اویل:

دعوت از تیم فوتبال ایلام به نروژ، برگزاری دوره های آموزشی و فنی برای مدیران نفت و گاز، آموزش نجات غریق دریایی برای تعدادی از کارکنان سازمان بنادر و کشتیرانی

شرکت بی-پی:

انتشار یک کتاب نفیس در مورد نقاشی ایرانی

امیدوار معتقد است که برای فعال تر شدن شرکت‌های بین المللی نفتی در حوزه مسئولیت اجتماعی در ایران، وزارت نفت بایستی وارد حوزه سیاست گذاری و تعیین "نقشه‌ی راه" برای آنها شود. علاوه بر این فعال شدن NGO ها و اصلاح نگرششان به سمت یک رابطه‌ی بُرد-بُرد هم کمک شایانی به پیش برد این برنامه‌ها در ایران می‌کند.

به عنوان یک شاهد دیگر، آن طور که "رضا آذین" بیان می‌کند، عمده فعالیتهای CSR انجام شده در منطقه‌ی پارس جنوبی، توسط مدیریت منطقه اقتصادی ویژه پارس جنوبی که کاملاً دولتی است، انجام شده و جای خالی فعالیت شرکت‌های چند ملیتی کاملاً احساس می‌شود. {۱۱}

این مسئله به همراه صحبت‌هایی که به آن اشاره شد، ما را به این نتیجه می‌رساند که لازم است یک عزم جدی از طرف وزارت نفت جهت تعیین برنامه و فراهم ساختن زمینه انجام کارهای CSR توسط شرکت‌های چند ملیتی انجام شود تا بتوانیم از بودجه ای که این شرکت‌ها برای انجام این گونه امور در دنیا اختصاص می‌دهند، ما نیز بهره متناسبی داشته باشیم.

نتیجه گیری و پیشنهادات برای تحقیقات آینده

مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR)، به سرعت اهمیت خود را در دنیای کسب و کار در سراسر دنیا پیدا می‌کند. اهمیت این مفهوم به عنوان یک شرط لازم برای رشد ارزش برند و کسب و کار در دنیای امروز کاملاً شناخته شده است. {۹}

²⁹ Stakeholder analysis

استخراج منابع نفت و گاز، دارای تبعات بزرگ اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و محیط زیستی است. از این رو اهمیت CSR برای شرکت‌های نفتی نسبت به سایر صنایع، دو چندان است. به خصوص در مواقع رخ دادن سوانح، این شرکت‌ها و به خصوص شرکت‌های چند ملیتی، ممکن است از طرف جوامع، به خاطر مسئولیت اجتماعی‌شان مورد مواخذه قرار بگیرند و البته شهرتشان هم به خطر بیافتد. شرکت‌های نفتی به خصوص آنها که در کشورهای در حال توسعه مشغول به فعالیت هستند، به طور ثابت تحت فشارند تا در قبال گستره بزرگی از فعالیتهای اجتماعی و محیط زیستی پاسخگو باشند و در این مورد به بخش عمومی گزارش بدهند. اثرگذاری بزرگ آنها بر سیاست، اقتصاد و جامعه در کشورهای میزبان، سبب می‌شود تا آنها نسبت به مسئولیت اجتماعی حساس‌تر بوده و استراتژی‌های مشخص و جامعی در این زمینه‌ها داشته باشند. {۱۸} کشورهای میزبان عملیات شرکت‌های نفتی، می‌توانند از طریق گسترش فعالیت‌های CSR توسط این شرکت‌ها، از مزایایی نظیر توسعه‌ی انسانی و اداری جامعه برخوردار شوند که این مهم از طریق افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی، بالا رفتن سطوح آموزش، ارائه بهتر خدمات عمومی و ... حاصل می‌شود.

در این مقاله تجربیات عملیاتی تعدادی از شرکت‌های بزرگ چندملیتی نفتی را با هم مرور کردیم و دیدیم از آنجا که کشورهای مختلف دنیا، تفاوت‌های ساختاری و محیطی زیادی با هم دارند، فعالیت‌های CSR شرکت‌های نفتی نیز در نقاط مختلف دنیا دارای جهت‌گیری‌های مختلف است. برای مثال، اقداماتی که در برزیل موفقیت آمیز بوده را نمی‌توان الزاماً با موفقیت در چین یا آفریقای جنوبی، پیاده سازی کرد.

سه عنصر اساسی مورد نیاز یعنی "کسب و کارهای پاسخگو که علاقه مند به CSR باشند، یک جامعه شهری و مدنی مشتاق به مشارکت با کسب و کارها و نهایتاً یک دولت قوی که بتواند محیطی مناسب را برای CSR فراهم کند"، در تمامی کشورها به یک میزان وجود ندارند و این باید مورد توجه برنامه ریزان شرکت‌ها قرار بگیرد. به نظر می‌رسد موفقیت CSR در جوامعی که دولت نتوانسته در تامین کالا و خدمات عمومی با موفقیت ظاهر شود، تضمین بیشتری دارد و البته بیشتر هم مورد استقبال قرار می‌گیرد.

علاوه بر این دیدیم که همه دولت‌ها و جوامع از فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌های چند ملیتی استقبال نمی‌کنند. فضای عمومی کشورهای نظیر ونزوئلا، روسیه و ایران به نظر می‌رسد با حضور و فعالیت زیادی شرکت‌های خارجی نفتی، موافق نباشند یا حداقل نگاه بدبینانه‌ای نسبت به آنها دارند. {۶}

فعالیت‌های CSR شرکت‌های چند ملیتی در ایران، از تنوع و کیفیت لازم به مانند سایر نقاط دنیا برخوردار نیست که عوامل مختلفی در آن اثر گذار هستند. به نظر می‌رسد برای فعال تر شدن این شرکت‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی در ایران، وزارت نفت بایستی وارد حوزه سیاست گذاری و تعیین "نقشه‌ی راه" برای آنها شود. علاوه بر این فعال شدن NGO ها و اصلاح نگرششان به سمت یک رابطه‌ی بُرد-بُرد هم کمک شایانی به پیش برد این برنامه‌ها در ایران می‌کند.

اما در پایان برای پژوهشگرانی که علاقه‌مند به انجام تحقیقات بیشتر در این حوزه هستند، می‌توان موارد پیشنهادی زیر را که در این پژوهش و پژوهش‌های سابق بر این کمتر به آنها پرداخته شده است، در دستور کار قرار داد:

بررسی فعالیت‌های شرکت‌های دولتی در حوزه مسئولیت اجتماعی، بررسی نقش فشارهای اجتماعی در اعطا یا لغو امتیازات قراردادهای نفتی به شرکت‌های چند ملیتی، بررسی مقایسه‌ای مناطق مختلف دنیا از جهت آسان تر بودن فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌های دولتی یا چند ملیتی، تحقیق پیرامون میزان بودجه ای که شرکت‌های چند ملیتی به امور مسئولیت اجتماعی اختصاص می‌دهند

منابع

- 1) Gill, D. L., Dickinson, S. J & „Scharl, A., Communicating sustainability: A web content analysis of North American, Asian and European firms, Journal of Communication Management, Vol. 12, No.3, 2008, pp.243-262

- 2) Evuleocha, S. U., Managing indigenous relations: Corporate social responsibility in a new age of activism, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 10, No.4, 2005, pp.328-340
- 3) World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) , "Corporate social responsibility: making good business sense", (available at: www.wbcsd.org/DocRoot/IunSPdIKvmYH5HjbN4XC/csr2000.pdf visited at: 2010/06/07 21:30)
- 4) European Commission (2001), Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, EU Green Paper, Commission of the European Communities, Brussels (Available at: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf visited at: 2010/06/08 16:00)
- 5) Godfrey, Paul, The Dynamics of Social Responsibility: Processes, Positions, and Paths in the Oil and Gas Industry, *SBR* 59 July 2007 ,pp. 208-224 (Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1005110>)
- 6) Frynas, J. G., Beyond corporate social responsibility: oil multinationals and social challenges ,Cambridge university press, 2009
(۷) امیدوار، ع ، <http://csriran.com/wp-content/uploads/2009/03/csr-messages.pdf>، دیده شده در ۱۹ خرداد ۸۹، ساعت ۲۰:۲۲
- 8) <http://blogs.channel4.com/snowblog/2010/05/19/bp-in-the-firing-line-as-oil-crisis-continues/> visited at: 2010/06/15 19:00
- 9) Vaaland ,Terje I.; Heide, Morten; Managing corporate social responsibility: lessons from the oil industry, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 13 No. 2, 2008, pp. 212-225
- 10) Wang Yu, PetroChina unveils CSR report, *China Daily*. (North American ed.). New Yor, Apr 12, 2007. p. 14
- 11) Azin, R & „Mosleh, A., Corporate Social Responsibility Related to Oil, Gas and Petrochemical Industry-Case Study: Assaluyeh, Iran, SPE International Conference on Health, Safety and Environment in Oil and Gas Exploration and Production .Rio de Janeiro, Brazil, 2010
- 12) Idowu, S. O & „Filho, W. L. ,Global Practices of Corporate Social Responsibility, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2009
- 13) Gulbrandsen , Lars H; Moe, Arild , Oil Company CSR Collaboration in 'New' Petro-States, *The Journal of Corporate Citizenship*; Winter 2005; 20; pp.53-64
- 14) Tulder, R. v & Zwart, A. v., *International Business—Society Management: Linking corporate responsibility and globalization*, Routledge, 2006
(۱۵) امیدوار، ع ، http://csriran.com/wp-content/uploads/2009/03/csr_iran-english-presentation.pdf، دیده شده در ۱۹ خرداد ۸۹، ساعت ۲۰:۳۰
- 16) http://en.wikipedia.org/wiki/Oil_reserves visited at: 2010/06/08 15:30
(۱۷) مصاحبه نگارندگان با علیرضا امیدوار، مدیر دفتر ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ۱۹ خرداد ۸۹
- 18) Eweje, Gabriel; Multinational oil companies' CSR initiatives in Nigeria: The scepticism of stakeholders in host communities, *Managerial Law*, Vol. 49 No. 5/6, 2007, pp. 218-235