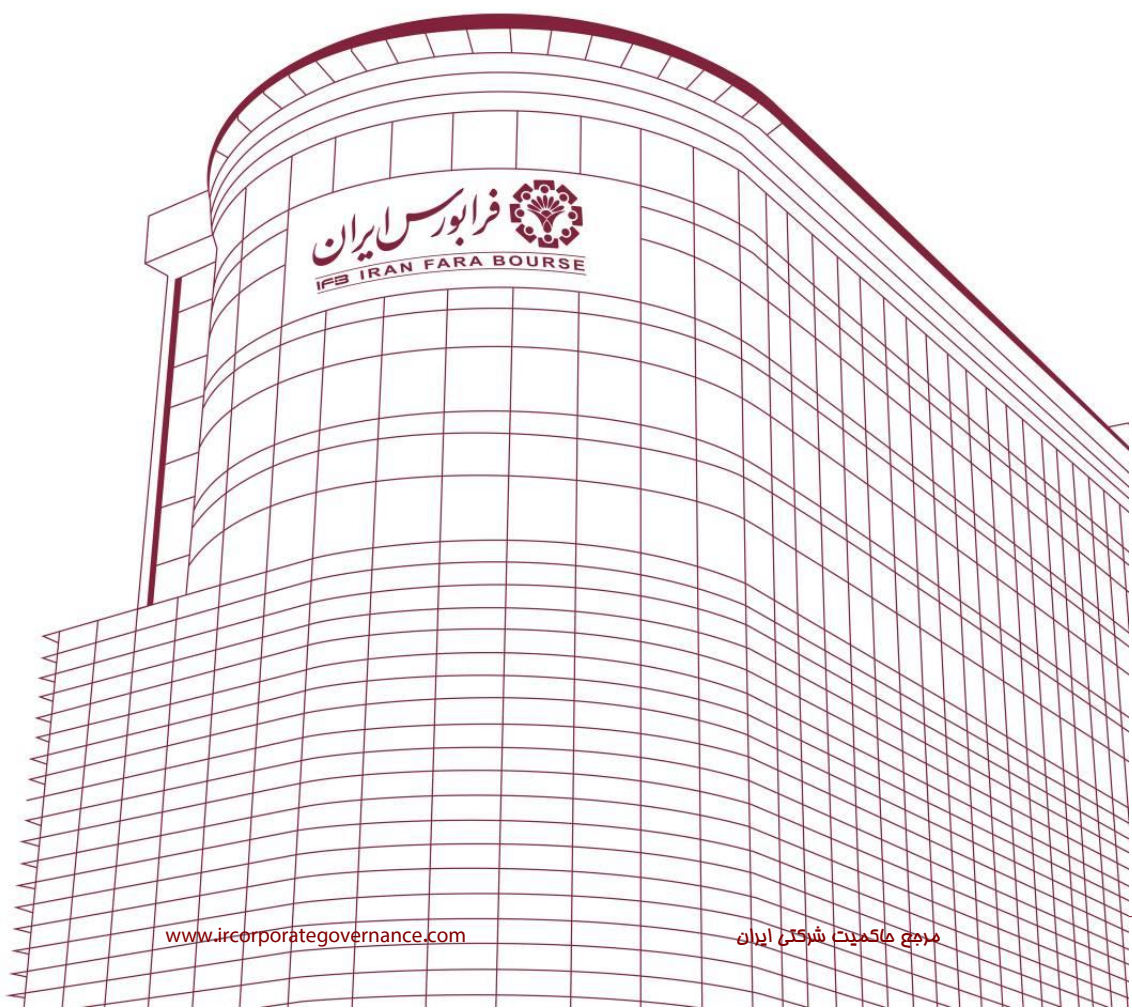




راهنمای تدوین گزارش پایداری ناشران



اطلاعات سند

طبقه‌بندی	تعداد کل صفحات	عنوان سند	 فرا بورس ایران IFB IRAN FARA BOURSE
انتشار خارجی	۴۰ صفحه	راهنمای تدوین گزارش پایداری ناشران	

تاریخچه سند

تاریخ	نسخه	توضیحات	تهیه کننده
۱۴۰۴/۱۱/۲۱	۱.۰	نسخه اولیه	مدیریت نظارت بر حاکمیت شرکتی ناشران



فهرست

۶	مقدمه فراپورس ایران
۷	مقدمه ناشر (مدیرعامل یا هیئت مدیره ناشر)
۹	فصل اول: کلیات گزارش پایداری
۹	درباره گزارش
۹	اهمیت پایداری برای شرکت
۹	اهداف گزارش
۹	چارچوب گزارش
۹	فرایندهای گزارش دهی
۱۱	فصل دوم: معرفی شرکت و فعالیت ها
۱۱	معرفی و مشخصات شرکت
۱۱	مأموریت و چشم انداز شرکت
۱۱	ارزش ها و هنجارهای بنیادی شرکت
۱۱	موضوع فعالیت
۱۱	بازارهای جغرافیایی
۱۲	مدل کسب و کار و خلق ارزش پایدار
۱۴	ساختار سازمانی
۱۴	اندازه سازمان
۱۶	فصل سوم: رویه های حاکمیت شرکتی
۱۶	ترکیب سهامداران
۱۶	ترکیب اعضای هیئت مدیره
۱۶	ساختار حاکمیت شرکتی



۱۷.....	تصمیم‌گیری و راهبری شرکت
۱۸.....	مدیریت ریسک
۱۸.....	مدیریت ذینفعان
۱۸.....	اهمیت شناسایی ذینفعان
۱۹.....	سازوکار تعیین ذینفعان شرکت
۱۹.....	شناسایی و اولویت‌بندی ذینفعان
۲۲.....	نیازها و انتظارات ذینفعان کلیدی
۲۳.....	پاسخگویی به نیازها و انتظارات ذینفعان
۲۵	فصل چهارم: پایداری اقتصادی
۲۵.....	عملکرد مالی و سودآوری
۲۶.....	تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی
۲۷.....	تأمین مالی و سرمایه‌گذاری‌های پایداری و زیربنایی
۲۸.....	جایگاه شرکت در توسعه اقتصاد کشور
۲۹.....	سایر موضوعات پایداری اقتصادی
۳۱	فصل پنجم: پایداری زیست‌محیطی
۳۱.....	مواد اولیه مصرفی
۳۱.....	انرژی مصرفی
۳۲.....	برداشت، مصرف و دفع آب
۳۲.....	انتشار آلاینده‌ها
۳۲.....	پسماندها
۳۳.....	سایر موضوعات زیست‌محیطی
۳۵	فصل ششم: پایداری اجتماعی



۳۵.....	وضعیت اشتغال
۳۵.....	سلامت و ایمنی شغلی
۳۶.....	آموزش و توسعه کارکنان
۳۶.....	تنوع و برابری
۳۷.....	تعامل با جامعه پیرامون
۳۷.....	حقوق مصرف‌کننده و مشتریان
۳۷.....	سایر موضوعات پایداری اجتماعی
۴۰.....	فصل هفتم: ضمایم
۴۰.....	جداول داده
۴۰.....	نقشه محتوا
۴۰.....	گواهی اعتبارسنجی
۴۰.....	منابع و اسناد پشتیبان



مقدمه فراپورس ایران

با توجه به تحولات جهانی در حوزه سرمایه‌گذاری مسئولانه و افزایش انتظارات ذی‌نفعان نسبت به شفافیت عملکرد شرکت‌ها، فراپورس ایران با ارائه چارچوب استاندارد، زمینه ارتقاء کیفیت گزارشگری پایداری ناشران و شرکت‌های پذیرفته‌شده در بازارهای خود را فراهم آورده است. در این راستا، با هدف تسهیل فرآیند گزارشگری پایداری برای ناشران، این الگو مطابق با چارچوب‌های بین‌المللی گزارشگری پایداری (SASB، GRI، ...) و پس از انطباق با شرایط و الزامات بازار سرمایه ایران تدوین و در اختیار شرکت‌ها قرار داده شده است.

این چارچوب و الگو به‌گونه‌ای طراحی شده است که شرکت‌ها بتوانند عملکرد خود را در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به‌صورت ساختاریافته، قابل‌مقایسه و مبتنی بر داده‌های معتبر افشا نمایند. بهره‌گیری از این الگو، ضمن هم‌راستایی با استانداردهای جهانی، زمینه‌ساز افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران، بهبود مدیریت ریسک و ارتقاء جایگاه شرکت در عرصه مسئولیت‌پذیری اجتماعی خواهد بود.

از کلیه ناشران انتظار می‌رود با بهره‌گیری از این چارچوب، گزارش‌های پایداری خود را به‌صورت منظم و منسجم تهیه و در دسترس ذی‌نفعان قرار دهند. فراپورس ایران ضمن حمایت از این فرآیند، آمادگی خود را برای دریافت بازخوردها و پیشنهادها برای اصلاحی اعلام می‌دارد.

بیانیه التزام به استانداردهای پایداری مصوب: با توجه به تدوین و تصویب استاندارد گزارش پایداری توسط سازمان حسابرسی و لازم‌الاجرا بودن الزامات آن برای ناشران از تاریخ اعلامی آن سازمان، این سند صرفاً در حکم راهنما و ابزار کمکی برای تسهیل در تدوین گزارش پایداری تهیه شده است و جایگزین استانداردهای پایداری مصوب سازمان حسابرسی محسوب نمی‌شود. بنابراین، ناشران موظف به رعایت کامل الزامات استانداردهای پایداری سازمان حسابرسی هستند.

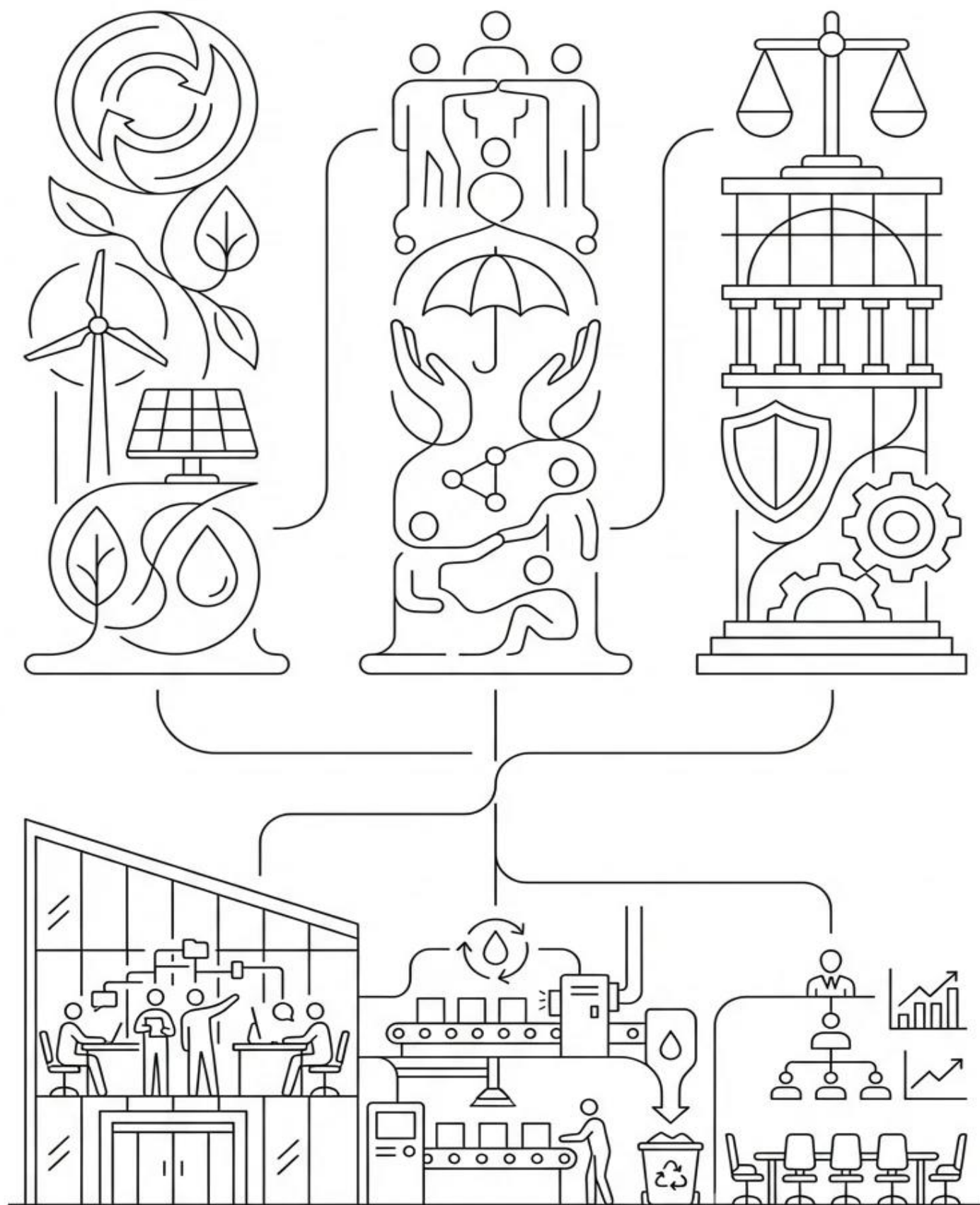
این بخش (مقدمه و بیانیه فراپورس ایران)، در گزارش پایداری ناشر حذف می‌شود.



مقدمه ناشر (مدیرعامل یا هیئت مدیره ناشر)

به منظور ارتقای کیفیت گزارشگری پایداری و بیان تعهد مدیران به پاسخگویی در برابر ذینفعان، توصیه می شود ناشران در ابتدای گزارش پایداری خود بیانیه ای از مدیرعامل یا هیئت مدیره درج نمایند. این بیانیه باید نشان دهنده تعهد سازمان به اصول پایداری، مسئولیت پذیری اجتماعی، زیست محیطی و پایبندی به الزامات قانونی و مقرراتی کشور باشد. درج چنین مقدمه ای علاوه بر ایجاد اعتماد میان ذینفعان، مسیر حرکت شرکت در حوزه پایداری را روشن ساخته و نشان دهنده پاسخگویی و شفافیت مدیریت ارشد خواهد بود.





فصل اول: کلیات گزارش پایداری

درباره گزارش

توضیحات در خصوص ویژگی‌های گزارش مانند تعداد گزارش پایداری منتشرشده تاکنون، وجه تمایز گزارش فعلی نسبت به گزارش‌های قبلی و غیره ارائه می‌شود. در این بخش، راه‌های ارتباطی ذینفعان با شرکت (تماس، ایمیل و ...) جهت طرح ابهامات، پیشنهادات و بازخورد نسبت به موضوعات مندرج در گزارش اطلاع‌رسانی می‌گردد.

اهمیت پایداری برای شرکت

ارائه توضیحات در مورد اهمیت پایداری برای شرکت

اهداف گزارش

بیان اهداف گزارش دهی و هدف‌گذاری‌های شرکت در زمینه پایداری

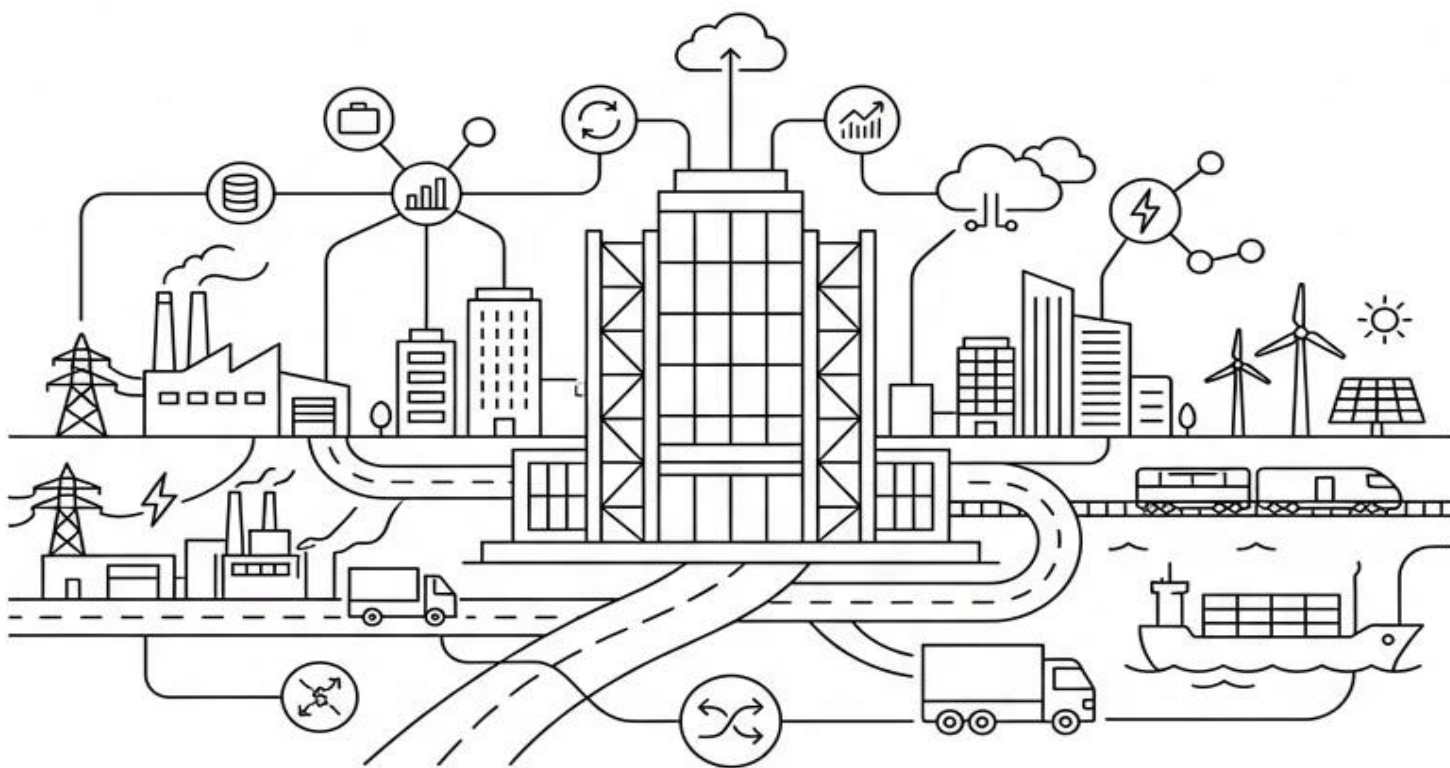
چارچوب گزارش

اشاره به استاندارد یا چارچوب‌هایی که گزارش بر اساس آن تهیه شده است (مانند SASB, GRI و غیره) و دامنه گزارش (محدوده زمانی و جغرافیایی گزارش)

فرایندهای گزارش دهی

بیان روش‌های شناسایی و انتخاب موضوعات مهم برای گزارش و نحوه تعیین ذینفعان کلیدی شرکت بر اساس اثرپذیری/ اثرگذاری از/ بر فعالیت‌های شرکت





فصل دوم: معرفی شرکت و فعالیت‌ها

معرفی و مشخصات شرکت

خلاصه‌ای از تاریخچه شرکت، سرمایه، تغییرات نام قانونی، نوع شرکت، آدرس دفتر مرکزی، محل عملیات شرکت و اشاره به مقطع‌های تاریخی مهم برای شرکت

مأموریت و چشم‌انداز شرکت

اشاره به هدف اصلی تأسیس، راهکارهای تحقق آن اهداف و نیازهایی را که در بازار هدف تأمین می‌کند. همچنین اشاره به نحوه پاسخ‌دهی مأموریت شرکت به نیازها و انتظارات ذینفعان و ذکر ارزش‌های بنیادینی که بر اساس آن‌ها فعالیت‌های شرکت انجام می‌شود. در خصوص چشم‌انداز، ضمن اشاره به اهداف بلندمدت شرکت، توصیف شود که شرکت در آینده چه جایگاهی را برای خود در صنعت و جامعه داخلی و جهانی متصور است و چه برنامه‌هایی را برای تحقق نوآوری و رشد پایدار دارد

ارزش‌ها و هنجارهای بنیادی شرکت

مدیریت اخلاق‌مدارانه کسب‌وکار و نهادینه‌سازی ارزش‌های اخلاقی در فرهنگ سازمانی و لزوم عمل به کدهای رفتاری در تمامی فعالیت‌ها و ارتباطات افراد در درون و بیرون از سازمان از اهمیت بالایی برخوردار است. تدوین منشور و سند جامع اخلاقی مشتمل بر اصولی مانند مشتری‌مداری، رازداری و امانت‌داری، آراستگی فردی و محیطی، پایبندی به مقررات و آیین‌نامه‌ها، احترام متقابل و غیره برای شرکت لازم و ضروری است که در این بخش از گزارش، ارزش‌های اخلاقی و بنیادی و کدهای رفتاری شرکت تشریح و رویکرد و اقدامات شرکت جهت نهادینه‌سازی آن‌ها نیز اشاره می‌شود.

موضوع فعالیت

بیان مختصری از موضوع و حوزه‌های فعالیت و معرفی محصولات و خدمات اصلی شرکت به همراه ظرفیت تولید یا ارائه آن‌ها و بیان برند و نام‌های تجاری منتسب به شرکت

بازارهای جغرافیایی

تشریح حوزه جغرافیایی ارائه خدمات یا فروش عمده محصولات و سهم از بازار شرکت

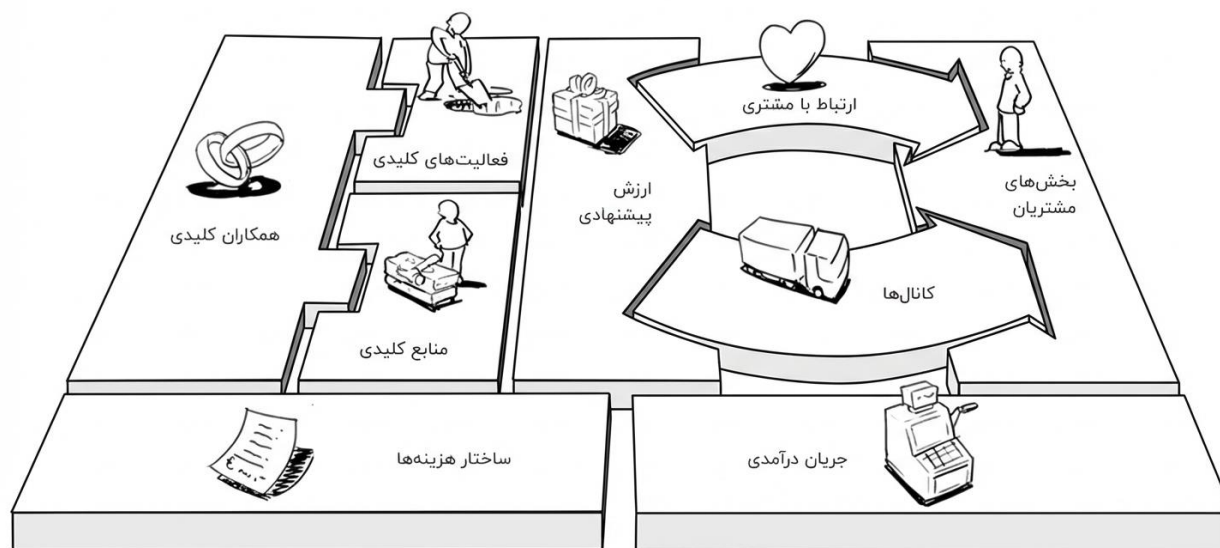


مدل کسب‌وکار و خلق ارزش پایدار

شرکت مدل کسب‌وکار خود را به صورت شفاف و منسجم تشریح می‌نماید و توضیح می‌دهد که شرکت چگونه از طریق فعالیت‌های اصلی، محصولات و خدمات خود اقدام به خلق ارزش اقتصادی نموده و این ارزش چگونه در طول زمان برای ذی‌نفعان مختلف حفظ می‌شود. این تشریح باید به گونه‌ای باشد که ارتباط بین مدل کسب‌وکار، استراتژی شرکت و زنجیره ارزش آن قابل درک بوده و دامنه فعالیت‌ها، بازارهای هدف و شیوه‌های اصلی درآمدزایی شرکت را در بر گیرد.

در این بخش، شرکت باید مشخص نماید که مدل کسب‌وکار شرکت چه ارتباطی با موضوعات بااهمیت پایداری دارد و اثرات بالقوه محیط‌زیستی، اجتماعی و حاکمیتی ناشی از فعالیت‌های شرکت در کدام بخش‌های زنجیره ارزش بروز می‌یابد. همچنین لازم است توضیح داده شود که شرکت چه اقداماتی را به منظور مدیریت این اثرات، کاهش ریسک‌های مرتبط با پایداری و بهره‌برداری از فرصت‌های ناشی از آن در چارچوب مدل کسب‌وکار خود اتخاذ کرده یا در دستور کار دارد.

یکی از ابزارهای مدیریتی و استراتژیک برای تشریح مدل کسب‌وکار که یک تصویر بصری جامع از نحوه خلق، ارائه و کسب ارزش توسط یک شرکت ارائه می‌دهد، ابزار بوم مدل کسب‌وکار یا BMC^۱ است.



^۱ - Business Model Canvas



BMC از ۹ بلوک ساختاری اصلی تشکیل شده که جنبه‌های مختلف مدل کسب‌وکار را پوشش می‌دهد. در جدول ذیل، هر یک از ۹ بلوک را به‌طور خلاصه مرور کرده و تأثیرات پایداری بر آن برجسته شده است.

بلوک ساختاری	پرسش اصلی	ارتباط با پایداری
ارزش پیشنهادی	شرکت چه مشکلی را برای مشتری حل می‌کند یا چه نیازی را برطرف می‌سازد؟	تمرکز بر ارزش‌های پایدار ارائه شده (مثلاً محصول بادوام یا خدمات کربنی خنثی)
بخش‌های مشتریان	مشتریان اصلی شرکت چه کسانی هستند؟	شناسایی مشتریانی که به پایداری اهمیت می‌دهند (بازار هدف سبز)
کانال‌ها	چگونه ارزش پیشنهادی به دست مشتریان می‌رسد؟	استفاده از کانال‌های کم‌کربن، بسته‌بندی پایدار
ارتباط با مشتری	چه نوع رابطه‌ای با هر بخش از مشتری برقرار می‌شود؟	روابط با مشتریان مبتنی بر شفافیت اطلاعات، رسیدگی به شکایات و رعایت حقوق مصرف‌کننده
جریان درآمدی	شرکت چگونه درآمد کسب می‌کند؟	شناسایی آن بخش از درآمدهای شرکت که به اهداف پایداری کمک می‌کند
منابع کلیدی	مهم‌ترین دارایی‌های موردنیاز برای اجرای مدل کدامند؟	منابع تجدیدپذیر، فناوری‌های پاک، سرمایه فکری مرتبط با پایداری
فعالیت‌های کلیدی	حیاتی‌ترین کارهایی که شرکت باید انجام دهد؟	تحقیق و توسعه در فناوری‌های سبز و مدیریت زنجیره تأمین اخلاقی
همکاران (شرکای) کلیدی	چه کسانی شرکای استراتژیک شرکت هستند؟	همکاری با تأمین‌کنندگان اخلاقی، سازمان‌های غیردولتی (NGO) یا نهادهای پژوهشی ESG
ساختار هزینه‌ها	بزرگ‌ترین هزینه‌های عملیاتی شرکت کدامند؟	هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه در زیرساخت‌های پایدار (که ممکن است در بلندمدت منجر به صرفه‌جویی شوند).



در تشریح مدل کسب و کار شرکت، چنانچه هر یک از بلوک‌های ساختاری در وضعیت فعلی ارتباط مستقیم و معناداری با موضوعات پایداری نداشته باشند، صرفاً مدل و وضعیت موجود مربوط به هر یک از بلوک‌های مزبور به صورت شفاف و واقع‌بینانه تبیین می‌گردد. بدیهی است مدل کسب و کار شرکت باید به نحوی تشریح گردد که با توجه به توضیحات ارائه‌شده در فصول بعدی این گزارش، برای مخاطبان روشن شود که اثرات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شرکت، ناشی از کدام اجزا و فعالیت‌های مدل کسب و کار است.

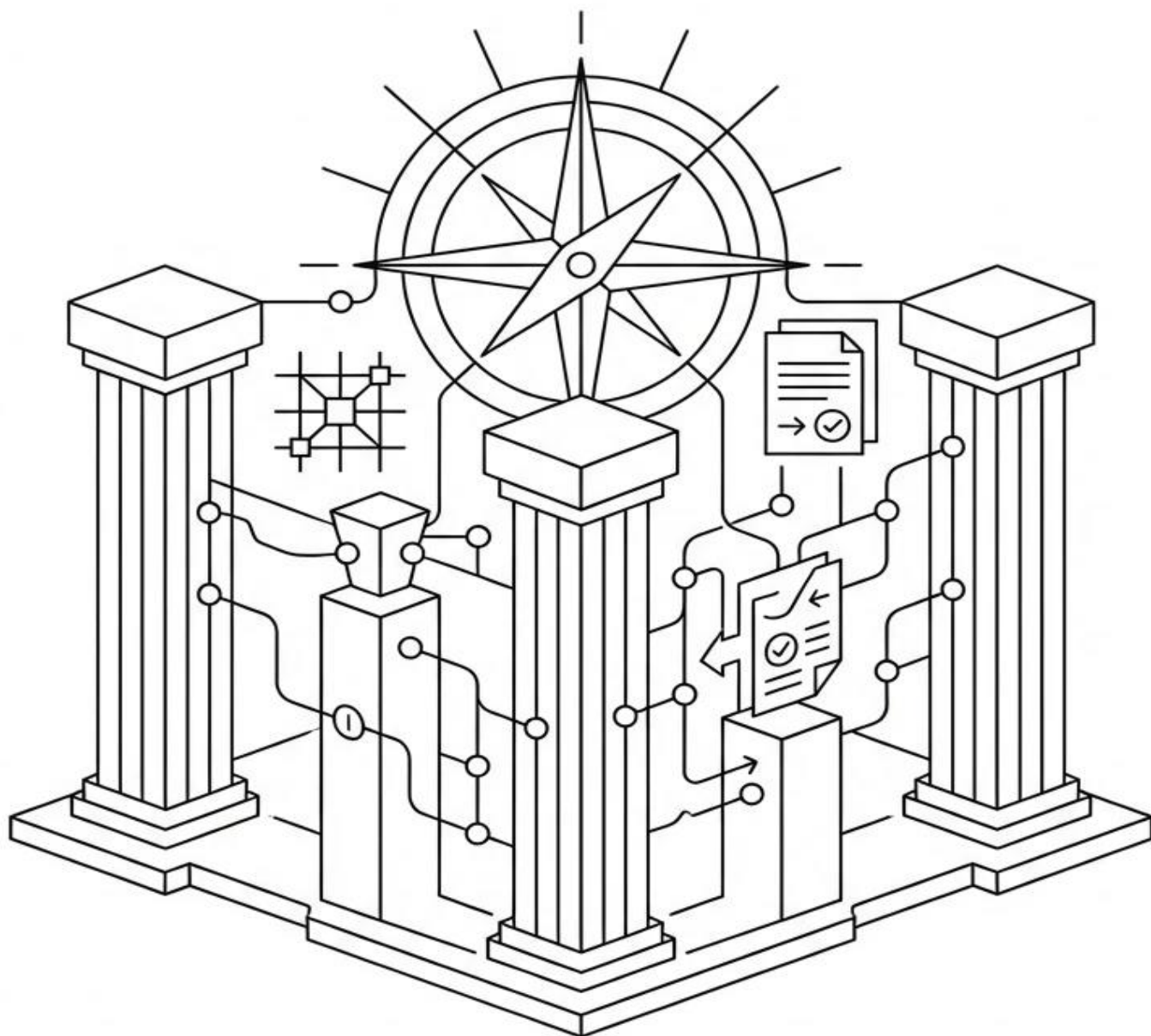
ساختار سازمانی

ترسیم نمودار ساختار سازمانی و تشریح چگونگی سازمان‌دهی و مدیریت در شرکت

اندازه سازمان

اندازه سازمان بر اساس تعداد کارکنان، تعداد شعب، تعداد نمایندگی و غیره





فصل سوم: رویه‌های حاکمیت شرکتی

ترکیب سهامداران

ارائه لیست سهامداران بالای ۱ درصدی شرکت. پیشنهاد می‌شود نام سهامدار کنترل‌ی یا سهامدار نهایی شرکت اشاره گردد.

ترکیب اعضای هیئت‌مدیره

اشاره به آخرین ترکیب اعضای هیئت‌مدیره به همراه اطلاعات مرتبط به آن‌ها شامل سوابق تحصیلی و تجربی، موظف/غیرموظف، تاریخ انتصاب و غیره. در صورتی که هیئت‌مدیره به صورت دولایه‌ای (مانند هیئت عامل) است، به مشخصات هر دولایه اشاره شود

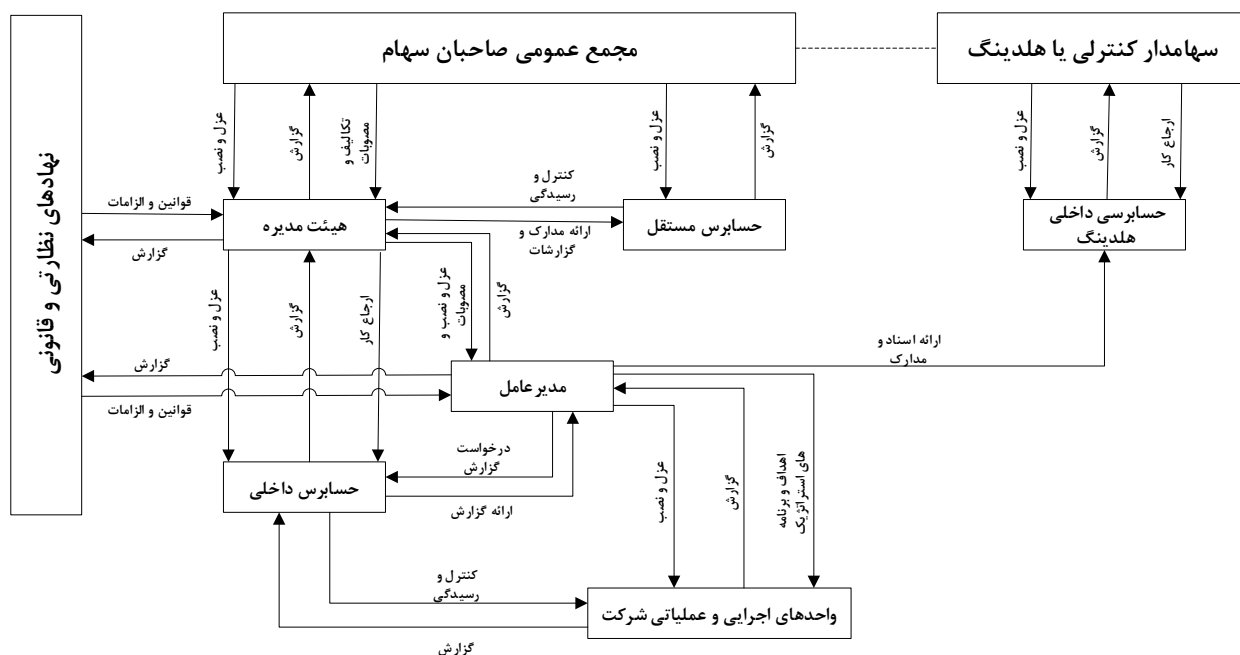
ساختار حاکمیت شرکتی

سیاست‌های کلی شرکت از سوی مجمع عمومی یا سهامدار عمده (کنترلی) تعیین می‌شود و مسئولیت کلیه فعالیت‌ها و سلامت مالی شرکت بر عهده هیئت‌مدیره است. اعضای هیئت‌مدیره می‌توانند در راستای تعادل بخشی در منافع ذینفعان خود، نظام حاکمیت شرکتی را از قدرت و استحکام بیشتری برخوردار سازند. هیئت‌مدیره طی فرایند قانونی، بخشی از وظایف حاکمیت شرکت را به مدیرعامل واگذار نموده و خود اقدام به نظارت بر فعالیت ایشان می‌نماید. در این میان، انتصاب حسابرس مستقل از سوی مجمع عمومی و حسابرس داخلی توسط هیئت‌مدیره در شرکت می‌تواند موجب تقویت اعتماد سهامداران و هیئت‌مدیره نسبت به اثربخشی عملیات و عملکرد شرکت شود.

در صورت وجود هلدینگ یا سهامدار کنترل‌ی برای شرکت، نظام حاکمیتی آن علاوه بر الزامات حاکمیتی قانون تجارت و اساسنامه و قوانین داخلی، ممکن است از مقررات (بخشنامه) ابلاغی سهامدار کنترل‌ی نیز تشکیل شده باشد. با وجود نهادهای قانونی و نظارتی بالادستی، نظام حاکمیتی برای شرکت با پیچیدگی بیشتری همراه خواهد بود.

نمایه ساختار حاکمیتی برای شرکت نمونه (با فرض داشتن سهامدار کنترل‌ی و نهاد نظارتی بالادستی) به شرح ذیل نمایش داده شده است.





تصمیم‌گیری و راهبری شرکت

در ساختار حاکمیت شرکتی، اتخاذ تصمیمات راهبردی و کلان شرکت بر عهده هیئت‌مدیره است. در غالب شرکت‌ها، هیئت‌مدیره جهت تصمیم‌گیری از تخصص و نظرات کارشناسی کمیته‌های مشورتی و نظارتی خود بهره می‌گیرد. ایجاد چنین کمیته‌هایی به‌عنوان ساختار افقی سازمانی در حاکمیت شرکتی و تصمیم‌گیری‌های شرکت از اهمیت بالایی برخوردار است. کمیته‌های حسابرسی، ریسک و انتصابات و جبران خدمات نمونه‌هایی از این کمیته‌ها هستند که در ساختار حاکمیت شرکتی، هیئت‌مدیره را در اخذ تصمیمات شرکت یاری می‌رسانند.

در شرکت‌ها، حسب اختیارات تفویض شده از سوی هیئت‌مدیره، برخی از تصمیمات توسط مدیران ارشد اجرایی و مدیرعامل اتخاذ می‌شوند. با توجه به اینکه تصمیم‌گیری و اجرای برنامه و اقدامات در برخی حوزه‌ها نیازمند همفکری، مشارکت و تعهد جمعی است، کارگروه‌های درون‌سازمانی در سطوح مختلف فعال هستند. کارگروه منابع انسانی، کمیسیون معاملات، کمیته رفاهیات، کمیته مدیریت بحران، کمیته انضباطی و موارد مشابه دیگر نمونه‌هایی از کارگروه‌های درون‌سازمانی می‌باشند.

در این بخش، به کمیته‌ها و کارگروه‌های فعال شرکت و همچنین مختصری از وظایف، عملکرد، مشخصات کلی اعضا و غیره اشاره شده و نقش کمیته‌های نامبرده در اتخاذ تصمیمات هیئت‌مدیره یا مدیران ارشد تشریح می‌گردد.



مدیریت ریسک

شرکت‌ها با هر نوع فعالیت و اندازه‌ای با طیف گسترده‌ای از ریسک‌ها مواجه‌اند که ممکن است بر تحقق اهداف و پایداری آن‌ها اثرگذار باشند. مدیریت ریسک به فرایند شناسایی، ارزیابی و کنترل ریسک گفته می‌شود که هدف اصلی آن، کاهش اثرات منفی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود برای بهبود عملکرد و پایداری شرکت است. درمجموع، مدیریت ریسک ابزاری حیاتی برای بقا و پایداری شرکت در محیط‌های پیچیده و متغیر است. ریسک‌های شرکتی، دسته‌بندی‌های متعددی مانند ریسک عملیاتی، ریسک مالی، ریسک قانونی (تطبیق)، ریسک شهرت و غیره دارند که در این بخش، ضمن اشاره به ریسک‌های بااهمیت و اثرگذار بر شرکت، اقدامات و تمهیدات شرکت در راستای شناسایی این ریسک و نحوه کنترل آن‌ها تشریح می‌شود. تشکیل کمیته ریسک، تدوین نظام‌نامه مدیریت ریسک، آموزش و فرهنگ‌سازی در حوزه مدیریت ریسک، بیمه، تقویت کنترل‌های داخلی و غیره می‌تواند نمونه‌هایی از اقدامات مدیریت ریسک شرکتی باشد.

مدیریت ذینفعان

ذینفعان شرکت به افراد، گروه‌ها یا سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که به‌نوعی تحت تأثیر فعالیت‌ها، تصمیمات و عملکرد شرکت قرار دارند یا می‌توانند بر دستیابی به اهداف شرکت اثرگذار باشند. برخی از ذینفعان مانند سهامداران، بانک‌ها و تأمین‌کنندگان مواد اولیه، از طریق در اختیار قرار دادن منابع، داوطلبانه ریسک فعالیت‌های شرکت را تحمل می‌کنند و برخی از ذینفعان مانند شهروندان ناخواسته تحت تأثیر ریسک فعالیت‌های شرکت قرار می‌گیرند.

اهمیت شناسایی ذینفعان

شناسایی گروه ذینفعان و خواسته‌های آن‌ها، تعیین اهمیت و اولویت آنان و تعیین جایگاه ذینفعان از منظر اثرگذاری و اثرپذیری از شرکت ضرورت دارد. متناسب با جایگاه هر ذینفع، باید نحوه تعامل و برخورد با آن ذینفع نیز مشخص گردد. شرکت در تدوین مدل کسب‌وکار مناسب و استراتژی‌های اثربخش خود نیاز دارد تا از اهمیت و اولویت هر یک از ذینفعان و مسائل مربوط به آن‌ها آگاهی کسب نماید و توضیح دهد چگونه اولویت‌های اصلی ذینفعان خود را پاسخگو بوده یا خواهد بود و چگونه این پاسخگویی در فعالیت‌های برنامه پایداری شرکت گنجانده شده است.



سازوکار تعیین ذینفعان شرکت

شناسایی کامل و جامع ذینفعان باید توسط کارگروهی از افراد ذیصلاح و آگاه به شرکت انجام پذیرد. این افراد توسط هیئت مدیره یا مدیران ارشد اجرایی شرکت انتخاب و مأموریت شناسایی ذینفعان و نیازهای آنان را بر عهده دارند. پیشنهاد می شود کارگروه متشکل از افرادی باشد که با طیف و طبقات مختلف ذینفعان در ارتباط بوده و از مسائل، نیازها و اثرگذاری/اثرپذیری آنها بر شرکت مطلع باشند. در شرکت ها، این کارگروه می تواند متشکل از منابع انسانی، امور مالی، تولید و بهره برداری، بازرگانی، روابط عمومی و غیره باشد.

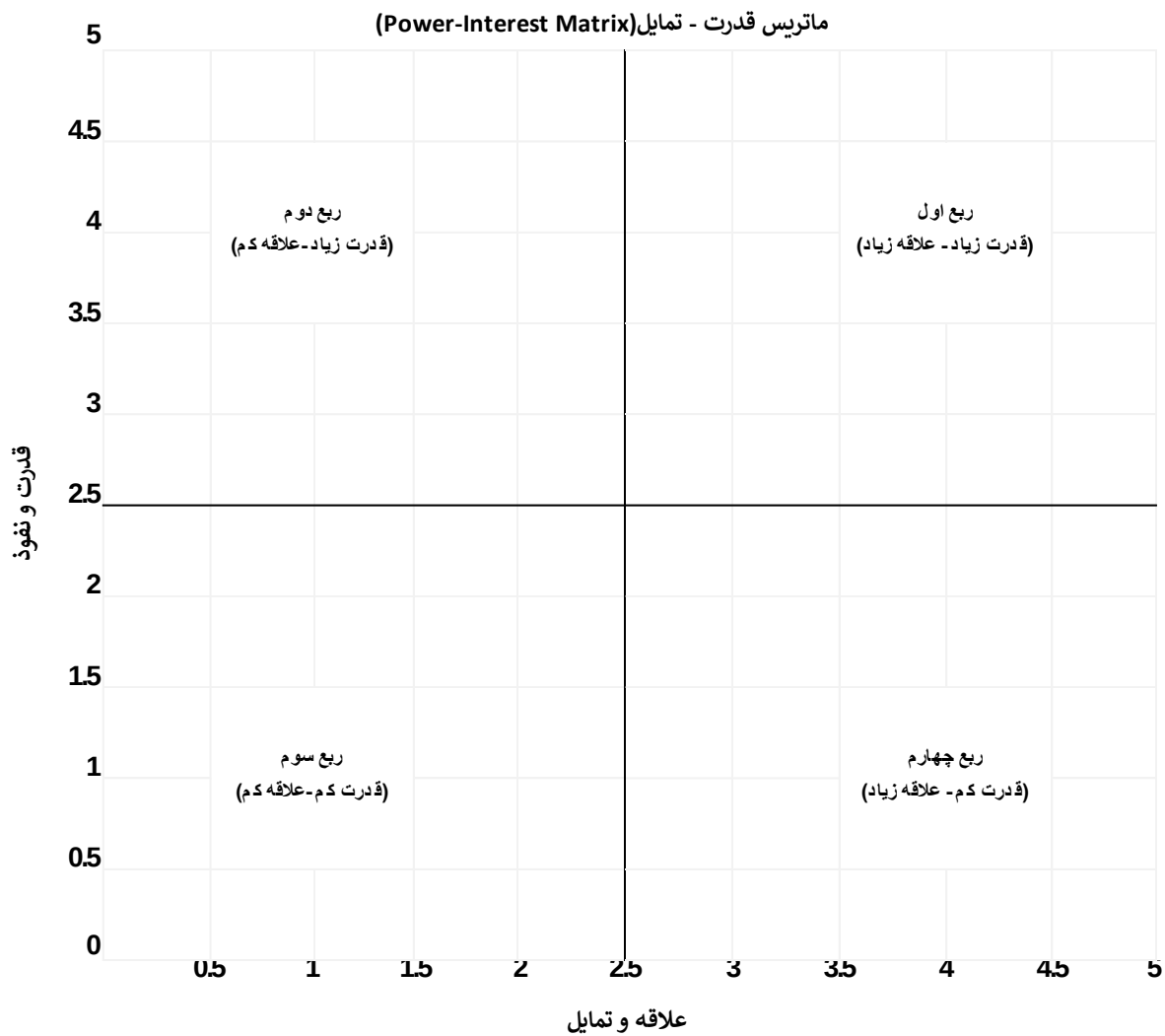
به طور خلاصه فرایند مرتبط با شناسایی ذینفعان تا پاسخگویی به نیازها و انتظارات آنها به شرح ذیل است:

- ۱- شناسایی و اولویت بندی ذینفعان و تهیه ماتریس قدرت-تمایل (Power-Interest Matrix)
- ۲- اولویت بندی نیازها و انتظارات ذینفعان کلیدی و تهیه ماتریس اهمیت (Materiality Matrix)
- ۳- پاسخگویی به نیازها و انتظارات ذینفعان

شناسایی و اولویت بندی ذینفعان

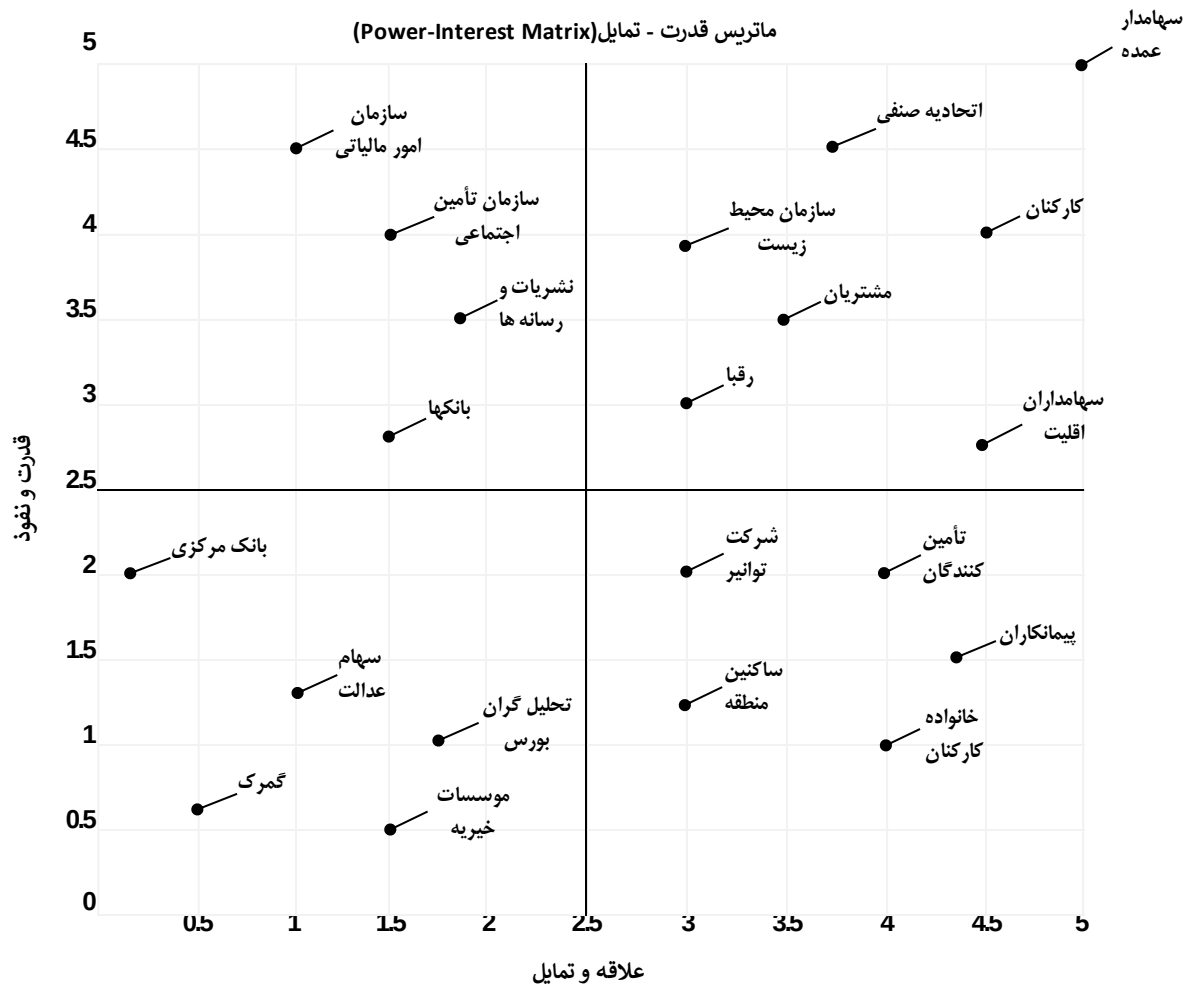
یکی از مدل های مفید برای شناسایی، طبقه بندی و تحلیل ذینفعان شرکت، مدل اسکولز-جانسون (Scholes & Johnson) است که به شرکت ها کمک می کند تا ذینفعان مختلف خود را شناسایی نمایند. در این مدل جایگاه هر ذینفع بر اساس دو معیار نفوذ (قدرت) و علاقه (تمایل) در یکی از نواحی چهارگانه ماتریس ذیل مشخص می شود که محور افقی ماتریس، نشانگر میزان علاقه و تمایل ذینفع به فعالیت های شرکت است و حاکی از اثرپذیری ذینفع از شرکت می باشد. هر چه ذینفعان ارتباط بیشتری با عملیات و تصمیمات شرکت داشته باشند، تمایل و علاقه آنها به شرکت بیشتر خواهد بود. محور عمودی ماتریس، نشانگر میزان نفوذ، قدرت یا توانایی اثرگذاری ذینفع بر تصمیمات شرکت و اعمال تمایلات خویش است.





از ماتریس قدرت-تمایل می‌توان جهت مدیریت تعاملات و استراتژی‌های ارتباطی با ذینفعان بهره برد. ذینفعانی که در ربع اول ماتریس قرار می‌گیرند، به‌عنوان ذینفعان کلیدی شرکت به‌حساب می‌آیند. ماتریس ذیل اطلاعات میزان قدرت و تمایل ذینفعان یک شرکت فرضی را در طیف عددی صفر تا پنج نمایش می‌دهد.





ردیف	ذینفع	امتیاز قدرت و نفوذ	امتیاز علاقه و تمایل	جایگاه در ماتریس
۱	سهامدار عمده	۵	۵	ربع اول
۲	اتحادیه صنفی	۴.۵	۳.۷	ربع اول
۳	کارکنان	۴	۴.۵	ربع اول
۴	سازمان محیط زیست	۳.۹	۳	ربع اول
۵	مشتریان	۳.۵	۳.۵	ربع اول
سایر ذینفعان مشابه الگوی ردیف‌های بالا در جدول درج می‌شوند.				

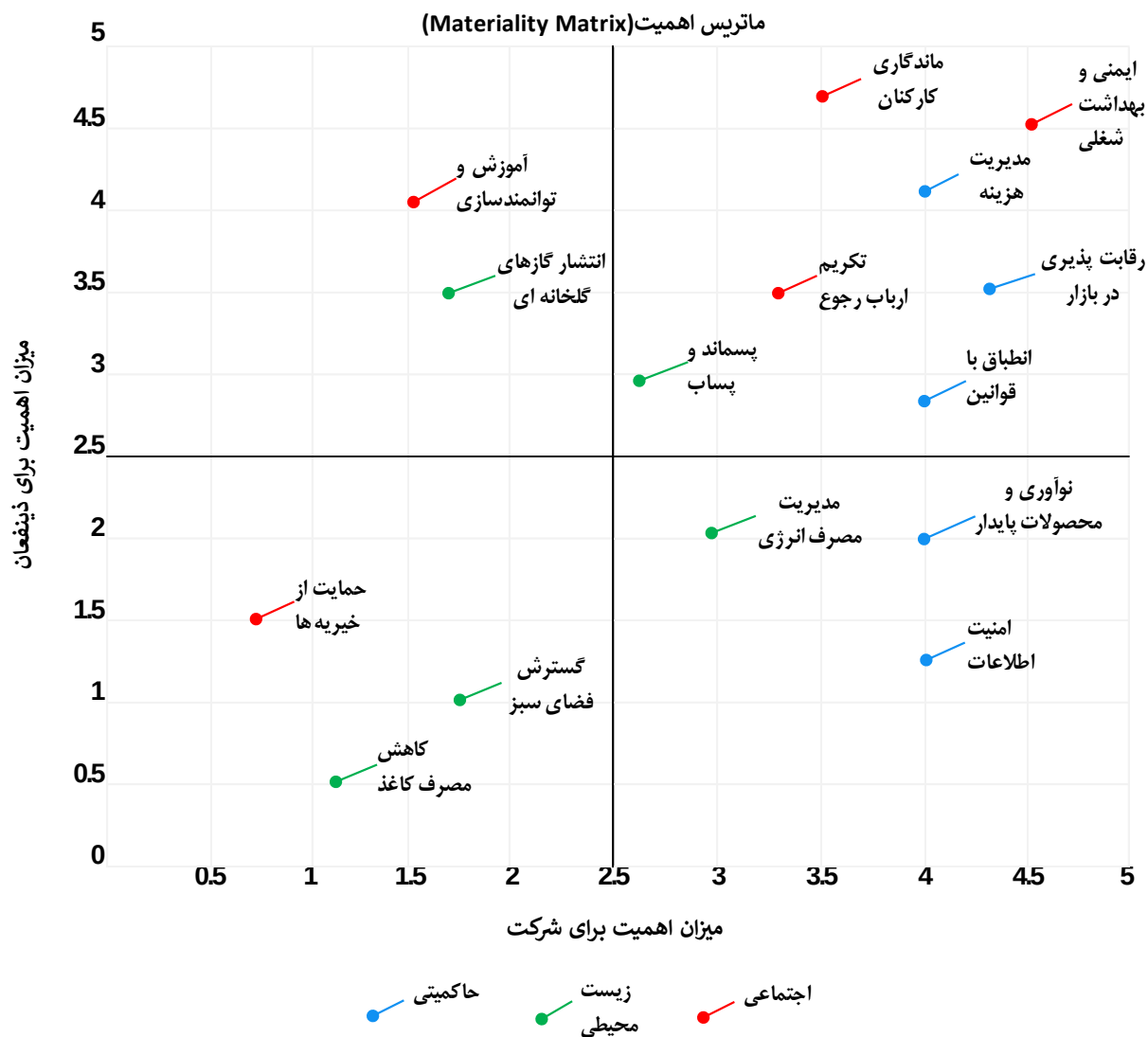


نیازها و انتظارات ذینفعان کلیدی

کارگروه مربوطه در شرکت باید نیازها، انتظارات و خواسته‌های ذینفعان کلیدی را با استفاده از روش‌های مختلف مانند نظرسنجی، مصاحبه، جلسات حضوری، مکاتبات، ابلاغیه‌ها و دستورالعمل‌ها شناسایی و اولویت‌بندی نماید. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل ذینفعان و شناسایی و اولویت‌بندی نیازها و انتظارات آن‌ها به عنوان ورودی فرایند تدوین بیانیه‌های چشم‌انداز و مأموریت و برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی شرکت مورد استفاده قرار می‌گیرد. علاوه بر آن، رویکردها و اقدامات تعاملی و ارتباطی شرکت با ذینفعان کلیدی، بر اساس نیازها و انتظارات اولویت‌بندی شده آن‌ها تعیین می‌شود. گزارش پایداری شرکت تا حد امکان باید نیازهای اطلاعاتی ذینفعان شناسایی شده را پوشش دهد.

پس از تعیین نیازهای ذینفعان کلیدی، فرایند اولویت‌بندی نیازها بر اساس اهمیت‌شان برای سازمان و ذینفعان آغاز می‌شود. برای تعیین اهمیت موضوعات (نیازها و انتظارات) می‌توان از ماتریس اهمیت (Materiality Matrix) بهره برد. این ماتریس به شرکت‌ها کمک می‌کند تا موضوعاتی که برای آن‌ها مهم است شناسایی و اولویت‌بندی شوند. ماتریس اهمیت دارای دو محور افقی و عمودی بوده که محور افقی بیانگر میزان اهمیت و تأثیر موضوعات از دیدگاه شرکت است (به این معنی که چقدر موضوع برای شرکت جهت دستیابی به اهداف و استراتژی‌های خود حیاتی است) و محور عمودی، میزان اهمیت و اثرگذاری موضوعات بر ذینفعان شرکت را نشان می‌دهد.





پاسخگویی به نیازها و انتظارات ذینفعان

پس از شناسایی ذینفعان و اولویت بندی آن ها بر اساس معیارهایی مانند میزان قدرت و علاقه به شرکت، ذینفعان کلیدی شناسایی و رویکرد تعاملی شرکت با هر یک از گروه های ذینفعان کلیدی معین می شود. نمونه هایی از رویکردهای تعاملی با برخی از طبقات ذینفعان شامل ارتباط و تعامل مستمر، نظرسنجی، رضایت سنجی، اطلاع رسانی مناسب و پاسخگویی به شکایات است. انتخاب رویکردهای تعاملی صحیح با هر گروه از ذینفعان منجر به افزایش رضایت مندی و اعتماد ذینفعان به شرکت خواهد شد. همچنین شیوه ارزیابی اثربخشی رویکردهای تعاملی شرکت با ذینفعان خود، مشخص شده و نحوه انجام اقدامات اصلاحی در راستای بهبود رضایتمندی ذینفعان در گزارش تشریح می گردد.





فصل چهارم: پایداری اقتصادی

پایداری اقتصادی به توانایی یک شرکت در حفظ رشد بلندمدت و مدیریت ریسک‌های اقتصادی گفته می‌شود، به‌طوری‌که بتواند در برابر بحران‌های مالی، تحولات بازار و تغییرات اقتصادی مقاوم باشد. این مفهوم فراتر از کسب سود کوتاه‌مدت است و بر خلق ارزش پایدار برای سهامداران، کارکنان و جامعه تمرکز دارد. به عبارت دیگر، یک شرکت پایدار اقتصادی نه تنها باید در کوتاه‌مدت سودآوری داشته باشد، بلکه باید از نظر منابع مالی، سرمایه‌گذاری و ظرفیت پاسخ به تغییرات بازار، مقاوم و انعطاف‌پذیر باشد.

عملکرد مالی و سودآوری

در گزارشگری پایداری شرکتی، بخش عملکرد مالی و سودآوری نقش بنیادینی در نشان دادن توانمندی‌های اقتصادی شرکت در حفظ رشد و مقابله با نوسانات اقتصادی دارد. این بخش نه تنها تصویر دقیقی از عملکرد فعلی شرکت ارائه می‌دهد، بلکه چشم‌اندازی از توان شرکت برای سرمایه‌گذاری در نوآوری و مقابله با ریسک‌های مالی نیز فراهم می‌کند. در این بخش می‌توان به چند نکته کلیدی در خصوص عملکرد مالی و سودآوری اشاره کرد:

(۱) ارائه روندهای عملکرد مالی: نمایش روند رشد (افت) چندساله درآمدها و سود خالص همراه با نمودار و جداول مقایسه‌ای و توضیح درباره حاشیه سود عملیاتی و سود قبل از مالیات که نشان‌دهنده کارایی شرکت در تبدیل درآمد به سود است.

(۲) ارائه شاخص‌های (عملکرد) مالی: ارائه شاخص‌های مالی مانند بازده دارایی‌ها (ROA)، بازده حقوق مالکانه (ROE) و سایر نسبت‌های سودآوری و عملکردی.

(۳) آمارهای عملکردی شرکت در بازار سرمایه: آمارهایی در خصوص ارزش بازار شرکت، حجم و ارزش معاملات دوره‌ای، بازدهی سهام و غیره.

(۴) آمارهای مالی مرتبط با صنعت و بازارهای هدف: ارائه اطلاعات آماری در خصوص سهم از بازار شرکت و محصولات تولیدی آن، روندهای مصرف و عرضه و تقاضا، عملکرد شرکت در مقایسه با صنعت و رقبا و ارائه شاخص‌های صنعتی مرتبط با شرکت و غیره.

(۵) سایر اطلاعاتی که به ذینفعان کمک کند تا بتوانند ارزیابی جامعی از وضعیت مالی و اقتصادی شرکت و تأثیر آن بر پایداری شرکت داشته باشند.



تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی

تأثیرات اقتصادی به دو دسته مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می‌شوند که هر کدام دیدگاه متفاوتی نسبت به ارزش‌آفرینی شرکت ارائه می‌نمایند. تأثیرات مستقیم اقتصادی شامل فعالیت‌ها و نتایج مالی است که مستقیماً از عملکرد عملیاتی شرکت ناشی می‌شود (مانند درآمد و سودآوری، ایجاد شغل در شرکت و غیره). شاخص‌های اقتصادی مستقیم به سرمایه‌گذاران، بازار و سایر ذینفعان کمک می‌کنند تا از وضعیت مالی شرکت و توان رقابتی آن در بازار مطلع شوند. شاخص‌های اقتصادی غیرمستقیم به اثرات جانبی و واسطه‌ای عملکرد اقتصادی شرکت اشاره دارد که به‌طور غیرمستقیم از طریق شبکه‌های تأمین، زنجیره ارزش یا تعاملات با سایر بخش‌های اقتصادی ایجاد می‌شود. این تأثیرات غیرمستقیم در پایداری اقتصاد محلی و ملی مؤثر بوده و نشان‌دهنده نقش گسترده شرکت در ایجاد یک اکوسیستم اقتصادی کارآمد به‌علاوه ارزش‌افزوده در سطح جامعه است. افشای اثرات غیرمستقیم اقتصادی شرکت، به سرمایه‌گذاران و مخاطبان نشان می‌دهد که شرکت نه‌تنها برای منافع خود بلکه برای کل اکوسیستم اقتصادی ارزش‌آفرینی کرده و به توسعه پایدار اقتصاد کلان کمک می‌کند.

ارائه نمونه جدول مقایسه‌ای از شاخص‌های اصلی می‌تواند تصویر روشنی از توزیع تأثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم ارائه کند:

شاخص اقتصادی	تأثیرات مستقیم	تأثیرات غیرمستقیم
درآمد و سودآوری	افزایش فروش، رشد درآمد، بهبود حاشیه سود و کنترل هزینه‌ها	تحریک رشد در زنجیره تأمین، جذب سرمایه‌گذاری‌های فرعی، ایجاد اعتماد در بازار
ایجاد شغل	استخدام نیروی کار داخلی، بهبود کیفیت، امنیت و تعداد مشاغل موجود	ایجاد اشتغال در شرکت‌های وابسته، انتقال مهارت‌ها به تأمین‌کنندگان، رشد بازار کار محلی
پرداخت مالیات	مبلغ مالیات پرداخت‌شده به دولت و مشارکت مستقیم در درآمدهای عمومی	ارتقای زیرساخت‌های عمومی، پشتیبانی از خدمات و برنامه‌های توسعه اقتصادی، بهبود رفاه جامعه
نوآوری و فناوری	سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D)، به‌کارگیری فناوری‌های نوین برای بهبود عملکرد عملیاتی	انتقال دانش به شرکای تجاری، افزایش همگام‌سازی فناوری در



اکوسیستم اقتصادی، تقویت توان رقابتی بازار		
بهبود زیرساخت‌های محلی (مانند حمل و نقل و انرژی)، تقویت پایه‌های اقتصادی و جذب سایر سرمایه‌گذاری‌ها	اختصاص منابع مالی برای توسعه یا به‌روزرسانی تجهیزات و تأسیسات	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها
حمایت از کسب‌وکارهای محلی، ایجاد فرصت‌های اقتصادی در زنجیره تأمین، ارتقای استانداردهای کیفیت تأمین‌کنندگان	تعیین فرآیندهای بهینه خرید، انتخاب تأمین‌کنندگان با بازدهی بالا و کاهش هزینه‌ها	سیاست‌های خرید و تأمین
افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران، بهبود اعتبار شرکت در بازار، تقویت ثبات اقتصادی در سطح منطقه‌ای	اجرای رویه‌های حسابرسی دقیق، مدیریت ریسک‌های مالی و انتشار گزارش‌های شفاف به سهامداران	مدیریت ریسک و شفافیت اقتصادی
اثرات مثبت فزاینده در اقتصاد محلی، تحریک زنجیره‌های اقتصادی متنوع، ایجاد فرصت‌های جدید برای سایر کسب‌وکارها	بازگردانی سود به سهامداران، افزایش نقدینگی و سرمایه‌گذاری‌های داخلی به‌منظور رشد مستمر اقتصادی	ایجاد ارزش‌افزوده اقتصادی
بهبود رفاه اجتماعی، تقویت بنیان اقتصادی جامعه، افزایش سطح آموزشی و مهارتی جمعیت منطقه	اختصاص بودجه به پروژه‌های اجتماعی و حمایت مستقیم از برنامه‌های توسعه محلی	سرمایه‌گذاری در جامعه محلی
ایجاد سکوی اقتصادی مقاوم در برابر نوسانات بازار، تقویت ثبات اقتصادی بلندمدت در سطح جامعه و منطقه	مدیریت مستمر جریان نقدینگی، حفظ تعادل بین درآمدها و هزینه‌ها و برنامه‌ریزی مالی امن	پایداری مالی و اقتصادی

تأمین مالی و سرمایه‌گذاری‌های پایداری و زیربنایی

سرمایه‌گذاری پایدار به معنای تخصیص منابع مالی به پروژه‌ها و دارایی‌هایی است که علاوه بر ایجاد بازده اقتصادی، به کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی، ارتقای کیفیت زندگی جامعه و بهبود استانداردهای مدیریتی (ESG) منجر می‌شوند. در این رویکرد، شرکت‌ها به‌جای تمرکز صرف بر سوددهی مالی، تأثیرات بلندمدت سرمایه‌گذاری‌های خود بر



محیط زیست و جامعه را نیز مدنظر قرار می دهند. این نوع سرمایه گذاری ها بر پروژه های زیرساختی متمرکز است؛ از جمله انرژی های تجدید پذیر، حمل و نقل هوشمند، سیستم های آب و فاضلاب کارآمد و فناوری های پاک که اهداف توسعه پایدار و کاهش اثرات منفی محیطی را دنبال می کنند. سرمایه گذاری های پایدار شرکت ها با شاخص های مالی (مانند ارزش فعلی خالص (NPV)، نرخ بازدهی داخلی (IRR)، شاخص سودآوری (PI) و غیره) و شاخص های غیرمالی (مانند شاخص های محیطی (بهره وری انرژی، کاهش انتشار گازهای گلخانه ای، کاهش فاضلاب و غیره)، شاخص های اجتماعی (ایجاد اشتغال، ارتقای کیفیت زندگی کارکنان و جوامع محلی و غیره) و شاخص های حکمرانی (رعایت مقررات، شفافیت در تصمیم گیری ها و غیره) ارزیابی می شوند. این شاخص ها به مدیران کمک می کنند تا تأثیرات غیرمالی سرمایه گذاری های پایدار را بررسی و گزارش کنند.

تأمین مالی پایدار در گزارشگری پایداری به استفاده از منابع سرمایه ای به شیوه ای اشاره دارد که علاوه بر تأمین منافع اقتصادی، به تحقق اهداف محیطی و اجتماعی نیز کمک کند. به عبارت دیگر، شرکت ها در بخش تأمین مالی پایدار نشان می دهند که چگونه از ابزارها و ساختارهای مالی خود برای حمایت از پروژه ها و سرمایه گذاری هایی استفاده می کنند که اثرات مثبت زیست محیطی، اجتماعی و حتی حکمرانی (ESG) دارند.

در این بخش شرکت توضیح می دهد که چگونه سرمایه گذاری و تأمین مالی پایدار در راستای اهداف پایداری (ESG) عمل می کند و همسو بودن تصمیمات مالی در حوزه سرمایه گذاری و تأمین مالی با مسئولیت های اجتماعی و محیطی را گزارش می دهد.

جایگاه شرکت در توسعه اقتصاد کشور

در این بخش، گزارشی جامع از اثرگذاری شرکت بر اقتصاد کشور ترسیم شده و هم جنبه های مالی و هم اثرات غیرمالی، به ویژه در حوزه های توسعه زیرساخت ها، نوآوری، اشتغال و حمایت از زنجیره تأمین داخلی به تفصیل افشا می شود. برخی از جنبه های کلیدی اثرگذاری شرکت بر اقتصاد ملی به شرح ذیل است.

۱) ایجاد ارزش افزوده: فعالیت های شرکت چه مقدار به تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور کمک می کند. این نکته می تواند شامل سودآوری، تولید کالا یا ارائه خدمات باشد.

۲) ایجاد اشتغال: شرح نقش شرکت در ایجاد مشاغل مستقیم (کارمندان ثابت و قراردادی) و مشاغل غیرمستقیم (از طریق تأمین کنندگان و شبکه های توزیع) که به شکل مثبتی بر اشتغال در کشور تأثیر می گذارد.



۳) تقویت زنجیره تأمین داخلی: بررسی نحوه حمایت شرکت از تولیدکنندگان محلی و تأمین‌کنندگان بومی که موجب رشد و پایداری صنایع مرتبط می‌شود.

۴) مشارکت در مسائل مالیاتی: بررسی نحوه مشارکت شرکت در تأمین اعتبار مالیاتی کشور از طریق پرداخت انواع مالیات، ایجاد ارزش افزوده و غیره.

۵) سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D): تأکید بر نقش شرکت در ارائه راه‌حل‌های نوآورانه، بهبود فرآیندها و تکنولوژی‌های مدرن که می‌تواند به افزایش رقابت‌پذیری صنایع در سطح ملی کمک کند.

۶) سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه: شرح برنامه‌های آموزشی و توسعه مهارت‌های نیروی انسانی که موجب ارتقای کیفیت نیروی کار در سطح بخش یا منطقه شده است.

۷) سایر شاخص‌های اقتصادی کلان مانند عوارض پرداخت‌شده به دولت، میزان صادرات و ارزآوری شرکت، مراودات مالی با صندوق‌های بازنشستگی، هزینه‌ها و صرفه‌جویی انرژی، ارائه تسهیلات مالی و غیره.

سایر موضوعات پایداری اقتصادی

علاوه بر موضوعات پیش‌گفته در فصل مربوط به بعد اقتصادی گزارشگری پایداری، می‌توان به موضوعاتی از قبیل استراتژی‌های رشد اقتصادی بلندمدت، شفافیت در گزارش‌دهی مالی، پرداخت سود سهامداران، سرمایه‌گذاری یا تأمین مالی خارجی، پوشش ریسک‌های مالی، سیاست‌های اعتباری شرکت در مقابل مشتریان، سیاست‌ها و اقدامات شرکت در مقابله با فساد اقتصادی، حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و غیره پرداخت.





فصل پنجم: پایداری زیست محیطی

پایداری زیست محیطی بخشی از تعهد شرکت به حفظ و بهبود کیفیت اکوسیستم‌ها است که با مدیریت بهینه منابع، کاهش اثرات منفی زیست محیطی و حمایت از تنوع زیستی دنبال می‌شود. این رویکرد با نگاهی بلندمدت تضمین می‌کند فعالیت‌های شرکت بدون کاهش توان اکوسیستم‌ها، پاسخگوی نیازهای امروز و نسل‌های آینده باشد. پیروی از اصول پایداری زیست محیطی (مانند کاهش آلودگی هوا و بهره‌وری بهینه در مصرف انرژی)، شرکت را در مسیر توسعه مسئولانه و ایجاد ارزش پایدار برای جامعه هدایت می‌کند. درواقع، پایداری زیست محیطی به معنای توانایی حفظ کارکرد اکوسیستم‌ها و چرخه‌های طبیعی (مواد، انرژی، آب) به نحوی است که نیازهای فعلی بشر بدون فرسایش منابع و قابلیت‌های نسل‌های آینده تأمین شود.

مواد اولیه مصرفی

در این بخش توضیح داده می‌شود که چرا مصرف مواد اولیه برای شرکت اهمیت دارد و به نوع فعالیت شرکت، وابستگی به منابع طبیعی و تأثیرات زیست محیطی ناشی از استخراج، مصرف یا بسته‌بندی مواد اشاره می‌گردد. رویکردهای مدیریت شامل سیاست‌های زیست محیطی مرتبط با مصرف مواد، اهداف کمی (مثلاً کاهش ۱۵٪ مصرف مواد اولیه تا سال آینده)، اقدامات اجرایی (مثل جایگزینی مواد بازیافتی یا بهینه‌سازی طراحی محصول) و مسئولیت‌ها و ساختار سازمانی مرتبط با این موضوع ارائه می‌شود.

ارائه شاخص‌هایی از قبیل مواد مصرف‌شده بر اساس حجم یا وزن، تفکیک به مواد تجدیدپذیر و غیرتجدیدپذیر، درصد مواد بازیافتی از کل مواد مصرف‌شده، منابع تأمین مواد بازیافتی (داخلی یا خارجی)، مقدار یا درصد محصولات یا بسته‌بندی‌های بازیابی یا استفاده مجدد شده، فرایندهای جمع‌آوری و بازیابی، روند مصرف مواد در چند سال گذشته به همراه دلایل افزایش یا کاهش مصرف و تأثیرات زیست محیطی مثبت حاصل از این اقدامات می‌تواند برای ذینفعان شرکت دارای اهمیت باشد.

انرژی مصرفی

میزان انرژی مصرف‌شده در فعالیت‌های شرکت شامل مصرف انرژی درون‌سازمانی (مانند برق، گاز، سوخت‌ها)، انرژی مصرف‌شده برون‌سازمانی (در زنجیره تأمین و حمل‌ونقل برون‌سازمانی)، شدت مصرف انرژی نسبت به تولید یا درآمد (مانند کیلووات‌ساعت به ازای هر واحد تولید)، اقدامات و نوآوری‌های کاهنده مصرف انرژی در محصولات و



خدمات (مانند استفاده از فناوری‌های کم‌مصرف و بهینه‌سازی عملکرد دستگاه‌ها) به صورت شفاف و قابل مقایسه ارائه می‌گردد.

برداشت، مصرف و دفع آب

هدف ارائه اطلاعات در این بخش، گزارش دهی دقیق درباره نحوه و میزان برداشت، مصرف و دفع آب (پساب) با تمرکز بر مدیریت مسئولانه آب به عنوان یک منبع مشترک و حیاتی با هدف شناسایی اثرات شرکت بر اکوسیستم‌های آبی، جوامع محلی و سایر ذی‌نفعان است.

شرکت می‌تواند اطلاعاتی در خصوص منابع برداشت آب (سطحی، زیرزمینی، شهری، باران)، کیفیت و حجم پساب‌های دفع شده، مصرف خالص آب (برداشت منهای دفع)، اقدامات کاهش مصرف، بازیافت آب، بهبود کیفیت پساب، فرآیندهای تصفیه، محل و روش دفع (فاضلاب شهری، رودخانه، تصفیه‌خانه)، نمودار روند مصرف و دفع آب در چند سال اخیر را در این بخش ارائه نماید.

انتشار آلاینده‌ها

شرکت در این بخش به موضوع «انتشار آلاینده‌ها در هوا» می‌پردازد و اطلاعات دقیقی درباره میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای (مانند CO_2 ، CH_4 ، N_2O)، مواد تخریب‌کننده لایه اوزون و آلاینده‌های هوا (مثل NO_x و SO_x) ارائه می‌دهد. شرکت، انتشار مستقیم، غیرمستقیم ناشی از مصرف انرژی و سایر انتشارهای غیرمستقیم (مانند انتشارهای ناشی از زنجیره تأمین، حمل‌ونقل و دفن پسماند) را به صورت عددی و تحلیلی گزارش می‌کند و اقدامات انجام شده برای کاهش این انتشارها از قبیل پروژه‌های بهینه‌سازی انرژی، تغییر سوخت‌های فسیلی به انرژی‌های تجدیدپذیر، نوآوری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های سبز و نصب فیلترهای صنعتی را شرح می‌دهد. این بخش نشان‌دهنده تعهد شرکت در مقابله با تغییرات اقلیمی و بهبود کیفیت هواست.

پسماندها

شرکت‌ها باید تأثیرات خود در زمینه تولید، مدیریت و دفع پسماندها را در سراسر زنجیره ارزش، شناسایی و گزارش کنند. استانداردهای پایداری زیست‌محیطی مرتبط با پسماند بر پیشگیری از تولید پسماند، ارتقاء اقتصاد چرخشی و مدیریت مسئولانه ضایعات تمرکز دارند و شرکت‌ها را ملزم می‌کنند تا اطلاعاتی درباره نوع پسماند (مانند پسماندهای



صنعتی، الکترونیکی و اداری)، مقدار و محل تولید، نحوه انتقال به خارج از شرکت، روش‌های دفع (دفن، بازیافت، استفاده مجدد و سوزاندن) و اثرات زیست‌محیطی پسماندهای خود ارائه دهند.

سایر موضوعات زیست‌محیطی

علاوه بر موارد پیش‌گفته، شرکت می‌تواند به موضوعات زیست‌محیطی دیگری در گزارش پایداری خود اشاره نماید. از جمله این موضوعات می‌توان به الزامات قانونی و مقرراتی زیست‌محیطی حاکم بر شرکت، اقدامات و دعاوی حقوقی مطروحه از سوی سازمان‌ها و نهادهای محیط‌زیست علیه شرکت (بابت موضوعاتی مانند دفع غیرمجاز پسماند، آلودگی منابع آبی یا هوا)، جرائم و عوارض پرداختی بابت اثرات شرکت بر محیط‌زیست، آموزش کارکنان در زمینه حفاظت از محیط‌زیست، گواهی‌نامه‌های دریافت شده در زمینه محیط‌زیست (مانند ISO14001) یا عضویت در کانون‌های مربوطه، نصب پنل‌های خورشیدی در ساختمان‌های شرکت و غیره اشاره کرد.





فصل ششم: پایداری اجتماعی

گزارشگری پایداری اجتماعی یکی از ارکان کلیدی افشای عملکرد سازمان‌ها در حوزه مسئولیت اجتماعی است که به بررسی تأثیرات فعالیت‌های شرکت بر انسان‌ها و جوامع می‌پردازد. این نوع گزارشگری شامل موضوعاتی از قبیل شرایط کاری کارکنان، رعایت حقوق بشر، ایمنی و سلامت محیط کار، تعامل با جوامع محلی، برابری و تنوع جنسیتی کارکنان و رفتار منصفانه با مصرف‌کنندگان است. هدف اصلی گزارشگری پایداری اجتماعی، ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، کاهش ریسک‌های انسانی و اجتماعی و ایجاد ارزش مشترک برای شرکت و ذینفعان است. این رویکرد به شرکت‌ها کمک می‌کند تا نه تنها مسئولیت‌های قانونی، بلکه مسئولیت‌های اخلاقی خود در قبال ذینفعان را نیز به درستی ایفا کنند.

وضعیت اشتغال

شرکت اطلاعات شفافی را درباره شیوه‌های استخدام، حفظ نیروی انسانی و شرایط کاری ارائه می‌دهد. این بخش از گزارشگری پایداری از شرکت‌ها می‌خواهد داده‌هایی مانند تعداد و نرخ جذب نیروهای جدید، نرخ ترک خدمت، نوع قراردادها (دائم، موقت، پیمانی و ...) و اقدامات انجام‌شده برای ارتقاء کیفیت اشتغال را گزارش دهند و به ذینفعان کمک می‌کند تا پایداری اجتماعی شرکت را از منظر ثبات شغلی، فرصت‌های برابر و سیاست‌های منابع انسانی ارزیابی کنند و نقش شرکت در ایجاد اشتغال پایدار و منصفانه را بهتر بشناسند.

به‌عنوان مثال شرکت نمونه می‌تواند در گزارش پایداری خود اعلام نماید که در سال 140X تعداد ۲۰۰ نفر نیروی جدید جذب کرده است و نرخ ترک خدمت در واحد تولید ۶ درصد بوده است. ۶۵ درصد کارکنان دارای قرارداد دائم و ۳۵ درصد آن‌ها پیمانی هستند. به‌منظور بهبود شفافیت گزارش، این اطلاعات می‌تواند با جزئیات بیشتری شود.

سلامت و ایمنی شغلی

اطلاعات دقیق درباره نحوه مدیریت ریسک‌های ایمنی، پیشگیری از حوادث و ارتقاء سلامت کارکنان در محیط کار در این قسمت ارائه می‌شود. شرکت‌ها شاخص‌هایی مانند نرخ آسیب‌دیدگی، تعداد حوادث شغلی، ساعات آموزشی ایمنی و پوشش سیستم‌های مراقبت بهداشتی (بیمه تکمیلی، پزشک و روانشناس سازمانی، ورزش سازمانی و ...) را گزارش می‌دهند.



برای نمونه شرکت گزارش می‌دهد که در سال گذشته تعداد ۳ حادثه منجر به غیبت بیش از ۲ روز رخ داده است و نرخ آسیب‌دیدگی برابر ۰.۷ در هر ۱۰۰ کارگر بوده است و ۹۸ درصد کارکنان واحد تولید در دوره‌های آموزشی ایمنی مشارکت داشته‌اند. همچنین ۱۰۰ درصد کارکنان تحت پوشش بیمه درمانی تکمیلی هستند و هر ۶ ماه یک‌بار غربالگری فشارخون و دیابت در محل کار از کارکنان انجام می‌گیرد.

آموزش و توسعه کارکنان

هدف از گزارشگری آموزش و توسعه کارکنان، ارزیابی سرمایه‌گذاری شرکت در رشد حرفه‌ای و توانمندسازی منابع انسانی است. شرکت‌ها باید اطلاعاتی درباره میانگین ساعات آموزش سالانه به ازای هر کارمند، نوع دوره‌های آموزشی (فنی، مدیریتی، اخلاقی، و ...)، درصد کارکنان آموزش‌دیده در هر گروه شغلی و سیاست‌های ارتقاء مهارت‌ها را گزارش دهند تا ذینفعان درک بهتری از تعهد شرکت به توسعه سرمایه انسانی، افزایش بهره‌وری و ایجاد فرصت‌های برابر برای یادگیری و پیشرفت داشته باشند.

تنوع و برابری

ارزیابی میزان رعایت عدالت سازمانی در استخدام، ارتقاء و دسترسی به فرصت‌های شغلی برای گروه‌های مختلف جمعیتی از اهداف گزارشگری شرکت در این بخش می‌باشد. این حوزه از گزارشگری از شرکت‌ها می‌خواهد اطلاعاتی درباره ترکیب جنسیتی، سنی، قومیتی و سایر ویژگی‌های جمعیتی کارکنان به‌ویژه در سطوح مدیریتی ارائه دهند و سیاست‌های خود را در زمینه جلوگیری از تبعیض و ارتقاء تنوع تشریح کنند. چنین گزارشی به ذینفعان کمک می‌کند تا درک بهتری از میزان تعهد سازمان به عدالت اجتماعی، برابری فرصت‌ها و بهره‌گیری از ظرفیت‌های انسانی متنوع داشته باشند.

برای مثال، شرکت گزارش می‌دهد که ۴۲ درصد از کارکنان آن زن هستند و ۳۰ درصد از مدیران میانی را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین، بازه سنی کارکنان بین ۲۸ تا ۴۵ سال و با میانگین ۳۷ سال است. نسبت حقوق پایه زنان به مردان در موقعیت‌های مشابه شغلی برابر با ۹۶ درصد بوده و تفاوت‌ها، ناشی از سابقه کاری و سطح تحصیلات است. شرکت با مؤسسات خیریه همکاری کرده تا فرصت‌های شغلی برای افراد دارای معلولیت را فراهم کند. ۱۲ درصد از کارکنان، دارای معلولیت جسمی یا حرکتی هستند و سیاست‌های ضد تبعیض فعالانه اجرا می‌شوند.



تعامل با جامعه پیرامون

تمرکز این بخش از گزارشگری، بر نحوه تعامل شرکت با جوامعی است که در مجاورت عملیات آن قرار دارند یا تحت تأثیر فعالیت‌های آن هستند. شرکت‌ها باید اطلاعاتی درباره ارزیابی تأثیرات اجتماعی پروژه‌ها، میزان مشارکت جامعه در تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات جبرانی یا حمایتی انجام‌شده ارائه دهند. این اطلاعات به ذی‌نفعان کمک می‌کند تا درک کنند که سازمان تا چه حد به مسئولیت اجتماعی خود در قبال جوامع محلی پایبند است و چگونه تلاش می‌کند تا اثرات منفی را کاهش داده و منافع مشترک ایجاد کند.

برای مثال، شرکت گزارش می‌دهد که در پروژه جدید خود، در جبران اثرات منفی که بر جوامع محلی داشته است، ۴۰ درصد از کارکنان موردنیاز پروژه را از جامعه محلی و پیرامون استخدام کرده است و بودجه‌ای معادل ۳۰ میلیارد ریال را برای توسعه مدرسه و مرکز بهداشت محلی اختصاص داده است.

حقوق مصرف‌کننده و مشتریان

این بخش از گزارش، به نحوه مدیریت ایمنی محصولات و شفافیت در اطلاع‌رسانی به مشتریان می‌پردازد و بر ارزیابی و کاهش خطرات ایمنی و سلامت مرتبط با محصولات و خدمات تمرکز دارد. نحوه برچسب‌گذاری، تبلیغات و ارائه اطلاعات دقیق و غیر گمراه‌کننده درباره محصولات تشریح می‌شود و از شرکت‌ها می‌خواهد موارد شکایت ثبت‌شده، اقدامات اصلاحی و میزان تطابق با مقررات اطلاع‌رسانی را گزارش دهند. رعایت این شاخص‌ها نشان‌دهنده تعهد شرکت به حفظ حقوق مصرف‌کننده، ارتقاء اعتماد عمومی و مسئولیت‌پذیری در بازار است.

برای مثال، شرکت فعال در زمینه مواد غذایی اطلاعات کامل و شفاف از میزان قند، نمک، کالری و هشدارهای مصرف برای گروه‌های خاص بر روی بسته‌بندی محصولات خود درج می‌نماید و به‌صورت مستمر نسبت به ارزیابی استانداردهای ایمنی غذایی سازمان غذا و دارو اقدام می‌کند. شکایات مصرف‌کنندگان در خصوص محصولات تولیدی بررسی می‌شود و حسب نیاز، نسبت به فرمول تولید محصول یا خطوط تولید و توسعه آموزش کارکنان واحد تولید بازنگری به عمل می‌آید.

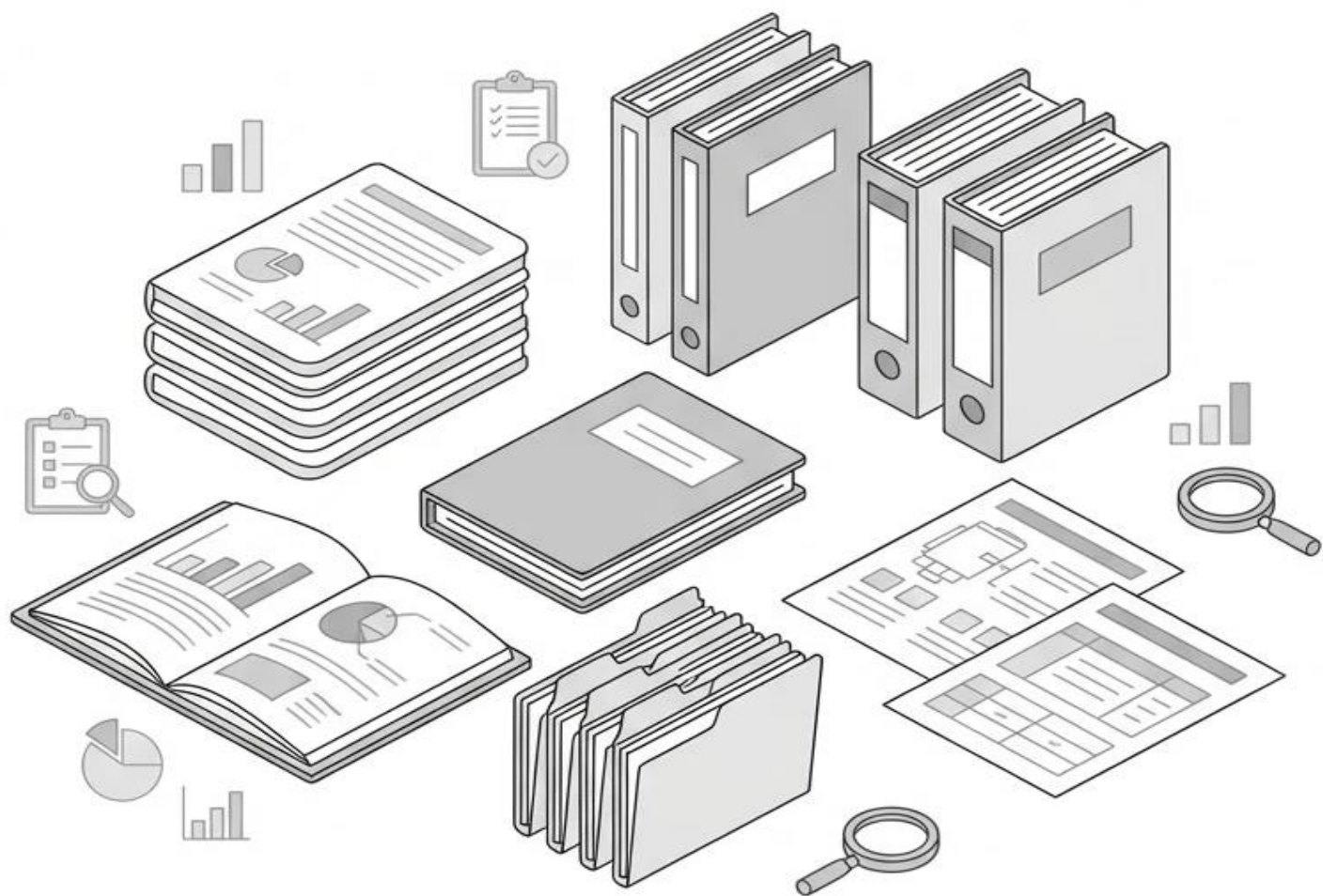
سایر موضوعات پایداری اجتماعی

علاوه بر موضوعات پیش‌گفته در حوزه پایداری اجتماعی، شرکت می‌تواند سایر اقدامات و سیاست‌های خود را جمع به موضوعاتی از قبیل مقابله با کار اجباری، برگزاری جلسات دوره‌ای با ذینفعان و پاسخگویی به دغدغه‌ها و



پیشنهادهای آن‌ها، پرداخت‌ها، مزایای منصفانه و خدمات رفاهی کارکنان، سنجش رضایت شغلی، انتقال دانش بین کارکنان با سابقه و کم سابقه و جانشین‌پروری، خدمات بیمه‌ای و بازنشستگی، برقراری ارتباط با مشتری و CRM، احترام به ارباب رجوع، مشارکت با سازمان‌های غیرانتفاعی و غیره را در گزارش پایداری اجتماعی خود افشا نماید.





فصل هفتم: ضمایم

این بخش در گزارشگری پایداری نقش بسیار مهمی در تقویت اعتبار، شفافیت و قابلیت ارزیابی گزارش دارد. ضمیمه‌ها مکمل گزارش اصلی هستند و اطلاعات پشتیبان، داده‌های تفصیلی و مستندات فنی را ارائه می‌دهند.

جداول داده

جداول داده‌های کمی یا نمودارهای مرتبط با شاخص‌های مندرج در گزارش، به‌عنوان اطلاعات تکمیلی در این قسمت افشا می‌شود. این داده‌ها و نمودارها باید با دوره گزارش‌دهی هم‌خوانی داشته باشند.

نقشه محتوا

این جدول نشان می‌دهد که هر شاخص یا اصطلاحات کلیدی مرتبط با پایداری که در گزارش افشا شده است، در کدام صفحه یا کدام بخش از گزارش قرار گرفته است. نمونه نقشه محتوا در جدول ذیل نمایش داده شده است.

عنوان	فصل	صفحه گزارش
مصرف انرژی	پنجم	۱۹
مزایای شغلی	ششم	۲۸
ذینفعان کلیدی	سوم	۶
مالیات	چهارم	۱۴ - ۱۷

گواهی اعتبارسنجی

اگر گزارش یا بخش مهمی از گزارش توسط نهاد/ارزیاب مستقل یا حسابرس خارجی بررسی شده باشد، گواهی یا نامه تأییدیه در این بخش درج می‌شود. وجود این گواهی باعث افزایش اعتماد ذینفعان به صحت داده‌ها می‌شود.

منابع و اسناد پشتیبان

این منابع به خواننده کمک می‌کنند تا روش‌شناسی گزارش را بهتر درک کند و در صورت نیاز، اطلاعات بیشتری کسب نمایند. استانداردهای مورد استفاده، دستورالعمل‌های داخلی شرکت برای جمع‌آوری داده، مطالعات موردی یا گزارش‌های قبلی شرکت و واژه‌نامه اصطلاحات تخصصی نمونه‌ای از این منابع یا ارجاعات می‌باشند.

