

مسئولیت اجتماعی شرکتی
در
صنعت نفت جمهوری اسلامی ایران

میرزاپوری و تألیف

سیدامیر طالبان

www.ketab.ir



سرشناسه	: طالبیان، سیدامیر، ۱۳۳۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت نفت جمهوری اسلامی ایران / سیدامیر طالبیان.
مشخصات نشر	: تهران: هزاره سوم اندیشه، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۴۶ ص.
شابک	: 978-622-97961-1-5 : ۸۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
موضوع	: مسوولیت اجتماعی کسب و کار - ایران
موضوع	: Social responsibility of business -- Iran
موضوع	: ایران. وزارت نفت
موضوع	: Iran.Ministry of Petroleum
موضوع	: نفت - ایران - صنعت و تجارت - جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: -- Social aspects -- IranPetroleum industry and trade
رده‌بندی کنگره	: HD۶۰
رده‌بندی دیویی	: ۴۰۸.۹۵۵/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۶۰۰۲۷۸

www.ketab.ir

انتشارات هزاره سوم

مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت نفت جمهوری اسلامی ایران

گردآوری و تألیف

سیدامیر طالبیان

● صفحه‌آرایی: هزاره سوم اندیشه ● طرح جلد: آروین رفیع‌زاده

● لیتوگرافی: مهرسان نقش بهار ● چاپ و صحافی: قشقای

● نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰ ● تعداد: ۷۰۰ نسخه

● قیمت: ۸۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۹۶۱-۱-۵

ناشر: شرکت هزاره سوم اندیشه

تلفن و نمابر: ۶۶۹۷۲۸۷۰ - همراه: ۰۹۱۲۷۱۷۳۹۲۴

سایت: www.hsap.ir پست الکترونیکی: hsapub@gmail.com

تلفن پخش: ۶۶۹۷۲۸۷۰

کلیه حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۳
مسئولیت اجتماعی صنعت نفت: یک ضرورت توسعه.....	۱۳
سطح اول. مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح کلان و ملی.....	۱۵
سطح دوم. کمک به توسعه و بهبود حکمرانی در اجتماعات محلی.....	۱۸
سطح سوم. کمک به زدودن حش‌ترین صورتهای بی‌عدالتی.....	۲۰
سطح چهارم. مشارکت چندسازمانی در ایفای مسئولیت اجتماعی.....	۲۱
درباره این کتاب.....	۲۲
فصل اول: کلیات مسئولیت اجتماعی شرکتی.....	۲۵
مقدمه.....	۲۵
مفهوم مسئولیت‌پذیری.....	۲۶
انواع مسئولیت‌پذیری.....	۲۷
پیشینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....	۲۸
مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....	۳۱
شش ویژگی محوری مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی.....	۳۳
دیدگاه‌های مختلف در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....	۳۴
مراحل بلوغ در فعالیتهای مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....	۳۵
عواملی که کسب‌وکار را به سمت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سوق می‌دهند.....	۳۷
مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پیش‌فرض پاسخ‌گویی اجتماعی.....	۳۷
مدل‌های ارائه‌شده برای مسئولیت اجتماعی.....	۳۸
جمع‌بندی در ارتباط با مدل‌های مسئولیت اجتماعی.....	۴۵
ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....	۴۶
نوع‌شناسی نظریات مرتبط با ابعاد اجتماعی سازمانی.....	۴۷

مسئولیت اجتماعی در متون مدیریت استراتژیک ۴۸

فصل دوم: حوزه مشاور اجتماعی وزیر نفت ۵۱

۱. مقدمه ۵۱

۲. دیدگاه نفت در مفهوم مسئولیت اجتماعی ۵۳

۳. مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار در صنعت نفت ۵۹

۴. ماموریت‌های حوزه مشاور اجتماعی وزیر نفت ۶۱

۵. اقدامات حوزه مشاور اجتماعی وزیر نفت ۶۲

الف. اقدامات پژوهشی ۶۳

ب. طرح‌های اجرایی طرح نخبه‌پروری ۶۴

پ. اقدامات ساختاری ۶۸

ت. اقدامات ترویجی ۷۳

۶. توسعه اجتماعی در منطقه پارس جنوبی ۷۵

۱-۶. تدوین سند راهبردی توسعه منطقه ویژه پارس در تعامل با استان بوشهر (۱۳۹۳) ۷۷

۲-۶. گفتگو و توسعه در ایران: ایجاد همسویی میان گروه‌های ذینفع عملی (۱۳۸۹-۱۳۹۳) ۷۸

۳-۶. طرح مطالعاتی توسعه اجتماعی منطقه پارس جنوبی ۸۰

۴-۶. ایجاد دفتر توسعه اجتماعی منطقه ویژه اقتصادی ۸۳

شورای توسعه اجتماعی منطقه ۸۵

۷. سیاست‌های کلان توسعه اجتماعی - محیطی وزارت نفت ۸۸

۸. مسئولیت اجتماعی صنعت نفت، از گذشته تاکنون ۹۱

۹. استاندارد مسئولیت اجتماعی شرکت ۹۵

۱-۹. استاندارد دوره‌های آموزشی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت در صنعت نفت ۹۷

۲-۹. گزارشی مسئولیت اجتماعی شرکتها بر اساس استاندارد GRI:2018 ۱۰۱

فصل سوم: مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت ایران ۱۰۳

۱۰۳. مقدمه ۱۰۳

۱. ضرورت‌های استقرار مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت ایران ۱۰۴

۲. مدل ارزیابی تأثیرات اجتماعی در صنعت نفت و گاز ایران ۱۰۷

۳. چالش‌ها و آسیب‌های استقرار صنعت نفت در سرزمین‌های نفت‌خیز (فاه با بوی نفت) ۱۱۲

۴. پایداری در طرحهای توسعه نفت و گاز.....	۱۱۸
۶. استراتژی‌های متفاوت شرکتهای نفتی.....	۱۲۰
۷. جایگاه محیط‌زیست در مسئولیت اجتماعی صنعت نفت ایران.....	۱۲۳
۷-۱. شناسایی ذی‌نفعان و نقش‌آفرینان کلیدی.....	۱۲۶
۷-۲. بررسی وضع موجود منطقه.....	۱۲۷
۷-۳. مشخص کردن لایه‌های اطلاعات پایه منطقه بر روی ماکت و تعیین آسیب‌ها و تهدیدهای.....	۱۲۷
۷-۴. تعیین محدوده پهنه‌ها (زونبندی).....	۱۲۸
۷-۵. تعیین عوامل تهدید و برنامه اقدام.....	۱۲۹
۷-۶. قوانین و مقررات ملی در انجام ارزیابی‌های زیست محیطی.....	۱۳۰
۸. اثربخشی مسئولیت اجتماعی بر توسعه جوامع محلی.....	۱۳۱
۹. مسئولیت اجتماعی و برنامه جلب مشارکت جامعه محلی در طرح توسعه میادین و حوزه‌های نفتی (نمونه موردی برنامه مسئولیت اجتماعی توسعه میدان نفتی سپهر و جفیر).....	۱۳۴
۹-۱. شرکت اکتشاف، تولید و توسعه باسارکاد.....	۱۳۴
۹-۲. منطقه اقتصادی پتروشیمی در ماهشهر.....	۱۴۴
۱۰. تغییر نگرش مدیران شرکت‌های نفتی به مقوله مسئولیت اجتماعی.....	۱۵۴
۱۱. آیین‌نامه اجرایی سیاست‌ها و نظام‌نامه نحوه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نفت.....	۱۶۰
۱۲. وظایف مشاورین اجتماعی شرکت‌ها.....	۱۶۱

فصل چهارم: معرفی همایش‌های مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت..... ۱۶۳

مقدمه.....	۱۶۳
سیر بلوغ در همایش‌های مسئولیت اجتماعی صنعت نفت.....	۱۶۵
اولین همایش مسئولیت اجتماعی شرکت در صنعت پتروشیمی.....	۱۷۰
دومین همایش مسئولیت اجتماعی شرکت در صنعت نفت.....	۱۷۹
سومین همایش مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت.....	۱۹۴
همایش چهارم مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت.....	۲۰۶
همایش پنجم مسئولیت اجتماعی صنعت نفت (۲۴ و ۲۵ دی‌ماه ۱۳۹۹).....	۲۱۷
فعالیت‌های مبارزه با کرونا.....	۲۲۸

پیشگفتار

مسئولیت اجتماعی صنعت نفت: یک ضرورت توسعه

صنعت نفت ایران در طول صد سال گذشته به طرق مختلف بر توسعه این کشور اثر گذاشته است. بخش مهمی از تأمین مالی مدرنیزاسیون و توسعه، عمده رفاهی که امروز در کشور - به هر میزان - وجود دارد و دست آوردهای فناورانه حتی اجتماعی و سیاسی کشور مرهون صنعت نفت است. این صنعت لاجرم در آینده کوتاه، میان و بلندمدت هم بر سرنوشت توسعه ایران اثرگذار است. برنامه‌های سیاست‌گذاران و مدیران صنعت برای توسعه صنایع پتروشیمی، توسعه میدان‌های جدید، گسترش صنایع پایین‌دستی و استفاده از میادین نفت و گاز تضمین می‌کند که آینده ایران کماکان پیوند وثیقی با صنعت نفت و گاز دارد.

امروز دیگر کاملاً مشخص شده که از مصیبت یا نعمت نفت سخن گفتن و توسعه‌نیافتگی را بر عهده نفت یا هر منبع طبیعی دیگری نهادن کار درستی نیست. کیفیت نهادها و روندهای سیاسی، اجتماعی و تاریخ توسعه است که کیفیت استفاده از نفت و سایر نهادهای طبیعی برای توسعه را مشخص می‌کند. کیفیت استفاده از نفت در خدمت اهداف توسعه در گذشته تحت تأثیر نهادها بوده و در آینده نیز چنین خواهد بود. یکی از آن نقاط تعامل صنعت نفت و گاز با جامعه ایرانی که در همین چارچوب قابل بحث و بررسی است، نوع رابطه صنعت نفت با اجتماعات میزبان تأسیسات نفتی است که به شدت تحت تأثیر نهادهای تنظیم‌کننده این رابطه است.

صنعت نفت و گاز اگرچه به‌طور کلی سهمی بی‌بدیل در مدرنیزاسیون ایران

داشته و کلیت کشور تحت تأثیر مواهب ناشی از آن بوده، اما اجتماعات میزبان به انحای مختلف تحت تأثیر پیآمدهای ناخرسندکننده این صنعت نیز قرار گرفته‌اند. طیفی از مسائل نظیر آلودگی محیط‌زیستی، بر هم خوردن توازن‌های جمعیتی، آسیب‌های جمعیتی ناشی از توسعه فعالیت‌های اقتصادی در مناطق و به تبع آن ورود انبوه نیروی کار، و تأثیر صنعت نفت بر نوع تکوین و تحول سازمان اداری و سیاسی در مناطق توسعه صنعت نفت و گاز ازجمله عواقب ناخوشایند توسعه صنعت نفت و گاز در ایران بوده است. عواقب این وضعیت را به عیان می‌توان در مناطقی نظیر خوزستان، بندر ماهشهر، منطقه عسلویه و بسیاری نقاط دیگر عمدتاً در جنوب غرب و جنوب کشور مشاهده کرد.

صنعت نفت، گاز و پتروشیمی اگر بخواهد نقش توسعه‌ای مثبت‌تری ایفا کند و سهم بسیار سازنده خود در مدرنیزاسیون ایران و تأمین مالی توسعه را در مناطق نفت‌خیز نیز به نحو بهتری ایفا کند، گریزی از نهادینه کردن توجه به مسئولیت اجتماعی شرکتی ندارد. این واقعیت که شرکت‌های نفت، گاز و پتروشیمی در دهه‌های گذشته در قالب کمک‌های مالی در مناطق میزبان این صنایع به نهادها و حتی افراد کمک کرده‌اند، و بخش عمده این کمک‌ها علی‌رغم جلب نظر گروه‌های خاص سبب متوازن‌سازی توسعه و پایداری آن نشده‌اند، یکی از شاخص‌هایی است که نشان می‌دهد کمک‌رسانی توسعه از سوی شرکت‌های به نسبت پردرآمد حوزه نفت و گاز و پتروشیمی به مناطق میزبان این صنایع باید در قالب و رویه‌های جدیدی تعریف شود. مروری ساده بر مطالعات انجام‌شده درباره تأثیرات اجتماعی صنعت نفت، گاز و پتروشیمی در بخش‌های مختلف جغرافیای ایران نشان می‌دهد که مدل کمک‌های مالی مستقیم به نهادهای دولتی، شهرداری‌ها یا سازمان‌های محلی روش کارآمدی برای فائق آمدن بر کاستی‌های توسعه در این مناطق نیست و گاه مولد رانت‌هایی نیز هست. مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان چارچوبی برای فراتر رفتن از آنچه در گذشته انجام شده و اغلب کارآمدی لازم را نداشته مطرح است.

مسئولیت اجتماعی شرکت بر ایده فراتر رفتن از الزامات قانونی فعالیت کسب‌وکارها و رسیدن به تأثیرگذاری مثبت بر محیط و ذینفعان ازجمله مشتریان، مردم اجتماعات میزبان کسب‌وکار، کارکنان و همه آن‌ها که تحت تأثیر فعالیت شرکت قرار می‌گیرند بنا شده است. مسئولیت اجتماعی شرکت ناظر بر اصول اخلاقی‌ای است که

شرکت بر اساس آن‌ها در قبال رفتارها و اقداماتی که بر جامعه و محیط تأثیر می‌گذارد، مسئول است. هدف نهایی، تولید کالایی است متمایز از کالا و خدمات تخصصی شرکت؛ که می‌توان آن را «کالای اجتماعی» نامید. «کالای اجتماعی» مفهوم محوری در بحث «مسئولیت اجتماعی شرکت» است. مهم این است که صنعت نفت ایران چارچوبی برای تعریف مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشد. آنچه در این متن ارائه شده، چارچوبی پیشنهادی برای اندیشیدن به مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت نفت ایران است.

سطح اول. مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح کلان و ملی

کالاها همگی دارای وابستگی‌هایی به زمینه اجتماعی و فرهنگی تولید و مصرف خود دارند. کالاهایی از لباس گرفته تا خوراکی‌ها، لوازم‌آرایش، خودرو یا خدمات پزشکی و سلامت در زمینه‌های اجتماعی مشخص، با معنا و کارکردهای متفاوت در جوامع گوناگون، تولید و مصرف می‌شوند و اثرات تا اندازه‌ای متفاوت به جا می‌گذارند. وابستگی به زمینه اجتماعی و فرهنگی برای آنچه «کالای اجتماعی» خوانده می‌شود بیشتر است.

«کالای اجتماعی» خدمت یا کالایی است که: ۱. به بیشترین تعداد افراد جامعه، ۲. با پایدارترین شیوه (با همان مفهوم پایداری مندرج در اهداف توسعه پایدار)، ۳. مبتنی بر فراگیرترین ارزش‌های انسانی (نظیر آزادی و عدالت) و ۴. برای زدودن خشن‌ترین و بدترین صورتهای بی‌عدالتی ارائه می‌شوند. مجبورم توضیح مختصری درباره این چهار مقوله ارائه کنم.

۱. کالاهای تولیدی شرکت‌ها غالباً به صورت اختصاصی و برای کسانی که توانایی خرید آن‌ها را داشته باشند ارائه می‌گردند، اما کالای اجتماعی تا حد ممکن برای همگان ارائه می‌شود.

۲. تولید و مصرف کالاهای تولیدی شرکت‌ها عموماً ناقض اصول توسعه پایدار از لحاظ اجتماعی و بالأخص محیط‌زیستی هستند - نظیر مصرف ناپایدار ولی ناگزیر نفت و گاز - اما کالای اجتماعی معطوف به تقویت پایداری در همه جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی، محیط‌زیستی و انسانی است.

۳. کالای اجتماعی برای «بهرتر شدن حال جوامع» است و از این‌رو معطوف به

ارتقای تحقق ارزش‌هایی نظیر آزادی و عدالت است. مایلم مختصراً تأکید کنم که دست یافتن به آزادی و عدالت بدون دست یافتن به «توسعه اقتصادی پایدار» و «توسعه سیاسی» مبتنی بر «ارتقای ظرفیت دولت» که می‌توان آن را با «شاخص‌های حکمرانی خوب» سنجید، محقق نخواهد شد.

۴. تحقق عدالت فراگیر در توان جامعه بشری نیست، و جوامع بهتر است برای عادلانه‌تر زیستن، به‌غیراز تلاش برای ایجاد نهادها و فرایندهای عادلانه، از شناسایی و زدودن خشن‌ترین صورت‌های بی‌عدالتی آغاز کنند.

سطح، اندازه و ملزومات تحقق «توسعه اقتصادی پایدار»، «ارتقای ظرفیت دولت»، «شاخص‌های حکمرانی خوب» و «خشن‌ترین صورت‌های بی‌عدالتی» در میان کشورها، و در میان مناطق مختلف یک کشور متفاوت است و از همین‌روست که برخی تفاوت‌ها در تعریف مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در ایران و آنچه در دنیا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها خوانده می‌شود آشکار می‌گردد. من از همین مسیر به سمت تحلیل چندسطحی مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز در ایران حرکت می‌کنم.

شرکت‌های نفت و گاز در آمریکای شمالی، اروپا و کشورهای چین اگرچه به‌لحاظ جایگاه‌شان در تأمین انرژی نقشی بی‌بدیل دارند، اما اصلی‌ترین پیشران بلامنازع اقتصاد و جامعه - از منظر میزان سهم در تولید ناخالص داخلی، سهم در تولید فناوری‌های پیشران جامعه، سهم در مدرنیزاسیون جامعه، تأثیر بر جامعه از مسیر اصلاح رویه‌ها و تکنیک‌های حکمرانی، و تقویت یا تضعیف اجتماعات محلی - نیستند. این شرکت‌ها بر بستر نظام اجتماعی-اقتصادی و سیستم حکمرانی‌ای فعالیت می‌کنند که اگرچه صنعت انرژی در آن مهم است، اما اصلی‌ترین پیشران اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آن‌هم با فاصله بسیار با سایر پیشران‌ها نیست.

نفت و گاز اما در جامعه ایران نقش دیگری ایفا می‌کند. نگاهی به تاریخ نفت نشان می‌دهد، نفت نه‌تنها رشد اقتصادی، بلکه توسعه جوامع میزبان مانند آبادان در دهه ۱۳۲۰، ورود سینما، توسعه ترجمه کتاب‌ها به زبان فارسی، کمک به توسعه نهاد دانشگاه، علاقه‌مندی به یادگیری زبان انگلیسی و حتی ورود ورزش‌هایی مانند فوتبال یا تنیس را تسریع کرده است.

جامعه ایران امروز نیز برای خروج از وضعیت هشداردهنده خود به جذب

سرمایه‌گذاری و انتقال و همکاری فناورانه در حوزه نفت و گاز چشم دوخته است. مسیر پیوند زدن اقتصاد ایران با اقتصاد جهانی و بهره‌مندی از مزایای امنیتی و اقتصادی ناشی از قرار گرفتن در این شبکه از نفت و گاز آغاز شده و به دلیل مزیت نسبی تا آینده نه‌چندان کوتاهی در همین مسیر خواهد بود.

بهبود وضعیت آلودگی هوای شهرها، کاهش سطح تولید گازهای گلخانه‌ای و حتی زمینه‌سازی برای پیشرفت فناورانه در تولید محصولات خانگی نیز تحت تأثیر اصلاحات در قیمت‌های انرژی، ارتقا و انتقال فناوری و کاهش مصرف انرژی در صنعت نفت و گاز ایران است.

مهم‌تر آن است که تحول شاخص‌های اقتصاد کلان ایران، و بالأخص ابزارهای مداخله مؤثر دولت در اقتصاد ایران به‌قصد ایجاد رشد مداوم، تورم پایین و اشتغال‌زایی، به‌شدت تحت تأثیر تعریف نسبت درآمدهای نفت و گاز با بودجه دولت، شیوه هزینه‌کرد این درآمدها در اقتصاد ایران، و سازوکارهای توزیع رانت‌های ناشی از آن‌هاست. بدیهی است که متنوع شدن اقتصاد ایران و به‌تبع آن افزایش اشتغال‌زایی و کاهش فقر، بهبود کیفیت محیط‌زیست و درنهایت افزایش زیست‌پذیری و کاهش ظرفیت بروز خشونت اجتماعی و صورت‌های خشونت‌آمیز به‌شدت تحت تأثیر عملکرد صنعت نفت و گاز، اقتصاد سیاسی این صنعت، و اصلاحاتی است که در آن صورت می‌گیرد. فرصتی برای بحث نیست اما می‌توان نشان داد که حتی بهبود شفافیت و سلامت اداری در ایران که یکی از اصلی‌ترین سازوکارهای ارتقای ظرفیت دولت و تحقق ارزش‌های آزادی و عدالت است، به‌شدت از اصلاح نسبت صنعت نفت و گاز و اقتصاد سیاسی کشور تأثیر می‌پذیرد.

سطح یک و کلان‌ترین سطح مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز به‌این‌ترتیب، زمینه‌سازی برای اصلاحات کلان معطوف به ارتقای کیفیت حکمرانی و توسعه پایدار (به‌عنوان مهم‌ترین کالاهای اجتماعی) تلقی می‌شود. این رویکرد به مسئولیت اجتماعی می‌تواند از درون صنعت یا با ابتکارات کل حاکمیت قوت بگیرد. این رویکرد به مسئولیت اجتماعی اگرچه می‌تواند در کشورهای پیشرو این صنعت و پیشگام در مسئولیت اجتماعی نیز وجود داشته باشد، اما صنعت نفت و گاز در آن کشورها بر بستری از حکمرانی عمل می‌کند که گام‌های مؤثری در این عرصه‌ها برداشته و صنعت انرژی اگرچه یکی از نیروهای پیشران اقتصادی است، اما اصلی‌ترین پیشران اقتصادی،

سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیست و تفاوت در درک مسئولیت اجتماعی از همین نقطه آغاز می‌شود. تدوین قراردادهای جدید سرمایه‌گذاری در صنعت نفت و گاز ایران و عقد قرارداد با شرکت توتال را در چنین فهمی از مسئولیت اجتماعی، می‌توان عمل به مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز ایران تلقی کرد.

این سطح از ایفای مسئولیت اجتماعی در سطح کل جامعه و فراتر از مناطق عملیاتی صورت می‌گیرد و مستلزم تحمیل هزینه‌های متداول در اقدامات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر پیکره صنعت نفت نیست. صنعت نفت در این عرصه به‌عنوان پیشران اصلی توسعه پایدار و تحقق ارزش‌های متناظر با کالاهای اجتماعی عمل می‌کند. این رویکرد هم‌زمان در سطح ملی و سطح محلی (مناطق عملیاتی) قابل اجراست.

سطح دوم. کمک به توسعه و بهبود حکمرانی در اجتماعات محلی

سطح دوم مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز مرتبط با توسعه محلی و اجتماعات میزبان صنعت است. آنچه در چند دهه گذشته در جزیره خارک، خوزستان یا پارس جنوبی، و امروز در غرب کارون گذشته و می‌گذرد می‌تواند در چارچوب مسئولیت اجتماعی صنعت نفت و گاز تحلیل شود. ایده اصلی که در مفهوم «خلق ارزش‌های مشترک» یا CSV نیز بازتاب یافته آن است که موفقیت شرکت و کیفیت زندگی اجتماعات میزبان به هم وابسته است. شرکت‌های برای موفقیت به فعالیت بر بستر شهر و جامعه از نظر اخلاقی سالم، محیط‌زیست باکیفیت و پایدار، نیروی انسانی ماهر و دارای حداقل تنش‌های اجتماعی نیاز دارند. جوامع نیز برای تداوم زندگی باکیفیت به حضور شرکت‌های موفق، نوآور و پایدار از نظر اقتصادی نیاز دارند. شرکت‌ها باید به خلق نظام اجتماعی‌ای یاری برسانند که به هم‌افزایی با فعالیت‌های آن‌ها کمک می‌کند.

ادبیات و تجربه مسئولیت اجتماعی در جهان نشان می‌دهد شرکت‌ها برای رسیدن به این هدف اقداماتی نظیر ارتقای استانداردهای عملکرد محیط‌زیستی، کمک به مؤسسات خیریه اجتماعی، فعالیت‌های داوطلبانه اجتماعی، تولید محصولاتی با اهداف اجتماعی مشخص، حمایت از کمپین‌های اجتماعی خاص، و انواع بازاریابی اجتماعی را در دستور کار قرار می‌دهند. این‌ها همه به درجاتی از جنس همان کالاهای اجتماعی هستند و در حیطه مسئولیت اجتماعی قرار می‌گیرند، ما اما بر اساس تجربه دو

پژوهش درباره نسبت جوامع محلی و صنعت نفت و گاز، مایلیم نگاه دیگری به این مسئله با توجه به شرایط ایران داشته باشیم.

صنعت نفت و گاز ایران عمده فعالیت خود را در مناطق توسعه نیافته کشور نظیر خارک، عسلویه، مسجدسلیمان یا غرب کارون انجام می دهد. بررسی نشان می دهد که تفاوت سطح فناوری، ظرفیت اداری، توان مالی و کیفیت نیروی انسانی صنعت با سایر دستگاه ها و بالأخص ظرفیت های اداری دستگاه های دولتی و غیردولتی عمومی (نظیر شهرداری ها) در این مناطق، به تدریج همه این دستگاه ها را به صنعت نفت وابسته می سازد. دستگاه های دولتی نیز به تدریج وظایف خود را به صنعت نفت واگذار می کنند یا در سطح مناسبی خدمات ارائه نمی دهند. به عبارتی، ظرفیت های حکمرانی جوامع میزبان صنعت نفت و گاز، تحت تأثیر شفاف نبودن ارتباطات، امکان کسب رانت ناشی از فعالیت صنعت نفت و گاز در منطقه، اعمال نفوذهای سیاسی و نهایتاً وابسته شدن حکمرانی محلی به صنعت نفت، تضعیف می شود. سویه دیگر آن است که مدیران صنعت نفت و گاز در ابتدا برای توسعه فعالیت های خود یا غلبه بر مقاومت های موجود، از ظرفیت های اداری، مالی و سازمانی خود برای تحت تأثیر قرار دادن مدیریت های محلی استفاده می کنند.

این وضعیت در کوتاه مدت برای صنعت نفت و جهت پیشبرد امور کارکرد دارد، اما در نهایت اداره امور محلی را هم چون زائده ای بر پیکره صنعت نفت تحمیل می کند. مدیران صنعت نفت در چنین اجتماعاتی، گاه به همان اندازه که درگیر اداره کردن صنعت چند ده میلیارد دلاری خود هستند، با معضلات اجتماعی در حد تأمین هزینه جمع آوری زباله های اجتماع محلی، ارائه خدمات بیمارستانی، مدیریت آسیب های اجتماعی و ارائه بسیاری از خدمات شهری نیز درگیر هستند. شناخت های من نشان می دهد مدیران صنعت نفت و گاز هر قدر بیشتر منابع مالی به مدیریت های محلی تزریق می کنند، بر دایره دشواری ها و مطالبات افزوده می شود.

حلقه خودتقویت شونده ای از وابستگی بیشتر به صنعت و تضعیف و ناکارآمدی بیشتر حکمرانی محلی شکل گرفته است و صنعت با ارائه منابع مالی بیشتر به اجتماعات محلی قادر به تأثیرگذاری مثبت معنادار بر کیفیت زندگی اجتماعات محلی و هم زمان بهره مند کردن صنعت از قرار داشتن در محیطی باکیفیت نخواهد بود. تجربه چند دهه تعاملات صنعت با اجتماع محلی در جزیره خارک و پارس جنوبی همین نکته را نشان می دهد.