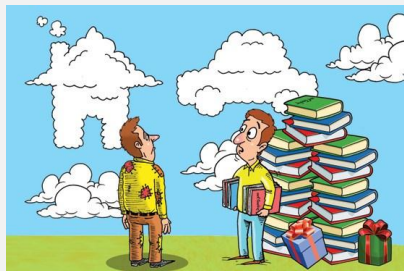


بریز و پاش عیدانه مدیران

هزینه چاپ سررسیدهای تبلیغاتی سر به فلک می‌زند، چند برابر این آمار هزینه خرید کارت تبریک‌هایی می‌شود که هیچ وقت به مقصد نمی‌رسد یا از پاکتشان خارج نمی‌شود.



هزینه چاپ سررسیدهای تبلیغاتی سر به فلک می‌زند، چند برابر این آمار هزینه خرید کارت تبریک‌هایی می‌شود که هیچ وقت به مقصد نمی‌رسد یا از پاکتشان خارج نمی‌شود.

به گزارش جام جم، روزهای پایانی سال را باید روزهای پر از اسراف شرکت‌هایی دانست که به باقیمانده بودجه‌شان با پرکردن فاکتورهای به ظاهر فرهنگی چوب حراج می‌زنند.

هیچ کس با جشن گرفتن روزهای پایانی سال و عیدی دادن‌های معقول مخالف نیست، اما این روزها ریخت و پاش‌هایی که از سوی برخی سازمان‌ها و شرکت‌ها انجام می‌شود به نوعی در روزهای پایانی سال فقر و درماندگی محرومان را به ریشخند می‌گیرد و یادآور می‌شود که هنوز خیلی‌ها با مساله مهمی به نام مسئولیت اجتماعی بیگانه‌اند.

حد همسایگی تا 40 خانه است؛ این سفارش پیامبر به پیروان دینش است، مساله‌ای که این روزها رو به فراموشی است، زیرا خیلی از همسایه‌ها از حال و روز یکدیگر خبر ندارند.

به قول معروف نان خیلی‌ها در روغن است و کم نیستند افرادی که سرگرسنه به بالین می‌گذارند، در شرایطی که خانه‌هایشان فاصله چندانی از هم ندارد.

فاصله طبقاتی روزبه‌روز بیشتر می‌شود و طغیان آسیب‌های اجتماعی شرایط زندگی را در جامعه‌ها دشوارتر می‌کند، چون افراد حقیقی و حقوقی فراموش کرده‌اند در قبال جامعه مسئولند و باید به اندازه توانشان گره از کار جامعه باز کنند.

پز عالی، جیب خالی

برخی سازمان‌ها در روزهای پایانی سال آنقدر ریخت و پاش می‌کنند که به نظر می‌رسد اگر در روزهای باقیمانده سال بودجه‌شان را هزینه نکنند، سال آینده به آنها بودجه‌ای تعلق نمی‌گیرد، این درحالی است که وظیفه اصلی بسیاری از این سازمان‌ها برآورده کردن نیازهای اولیه محرومان جامعه است.

مشکل اینجاست که هدایای این شرکت‌ها به اهدای سررسید و کارت تبریک به افرادی که ارتباط مستقیمی نیز با آنها ندارند، محدود نمی‌شود.

سوءمدیریت در این مراکز چندسالی است که سبب شده بودجه این سازمان‌ها به جای این که صرف باز شدن گره از کار نیازمندان شود، به عنوان عیدی‌های میلیونی به حساب افرادی که در حاشیه این سازمان‌ها فعال هستند و حتی گاه برخی اصحاب رسانه ریخته شود.

اگر این سازمان‌ها دست کم به فکر پرسنل خود باشند، می‌توانند به سهم خود در حل شدن مشکلات جامعه سهیم باشند، چون رفع مشکلات شهروندان منجر به کاهش مسائل جامعه خواهد شد، اما مدیران چنین شرکت‌ها و سازمان‌هایی به این فکر هستند که در روزهای پایانی سال فقط نمایشی پر زرق و برق اجرا کنند.

این درحالی است که توجه مدیران سازمان‌های مختلف به بحث مسئولیت اجتماعی می‌تواند کمکی جدی به سازمان‌های حمایتی مانند کمیته امداد و بهزیستی نیز باشد.

حسن موسوی چلک، رئیس انجمن مددکاران اجتماعی کشور نیز این مساله را تأیید می‌کند.

او در این باره می افزاید: اگر مسئولیت اجتماعی گسترش پیدا کند، سازمان های حمایتی نیز کوچک تر می شوند و به این شکل هدف واقعی این سازمان ها که توانمندسازی مددجویان است، زودتر و بهتر محقق می شود.

مسئولیت اجتماعی برندی معتبر

ورود سازمان و شرکت های مختلف به مساله مسئولیت اجتماعی در کنار رفع مشکلات جامعه می تواند بازار مناسبی نیز برای این سازمان ها فراهم کند، زیرا وقتی شهروندان متوجه شوند یک شرکت بخشی از درآمد خود را صرف برطرف شدن مشکلات جامعه می کند، حساب دیگری روی او باز می کنند.

این اتفاق مثبتی است که اخیرا نیز از سوی برخی شرکت یا سازمان ها رخ می دهد؛ برای نمونه یکی از بانک ها برای نجات جنگل کمپینی را به نام جنگل جای زباله نیست طراحی کرده است یا یکی از شرکت های بیمه هزینه ای را که قرار بود، صرف خرید سررسید برای مشتری هایش کند، به سازمان بهزیستی داده تا در اختیار محرومان جامعه قرار گیرد.

انوشیروان محسنی بندپی، رئیس سازمان بهزیستی کشور با بیان این که اقداماتی که در جهت خیر جمعی است باید توسعه پیدا کند، می گوید: این شرکت بیمه 200 میلیون تومان در اختیار سازمان بهزیستی گذاشت تا صرف نیازهای مددجویان چهار استان شود.

آن طور که رئیس سازمان بهزیستی توضیح می دهد مبلغی که این شرکت بیمه در اختیار بهزیستی گذاشته صرف اقدامات تخصصی، توانبخشی و مراقبت مددجویان در استان های ایلام، خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان و کهگیلویه و بویراحمد می شود.

گسترش مسئولیت اجتماعی

در کشورهای توسعه یافته شهروندان به این نتیجه رسیده اند که دیگر نمی توان فقط برای خود زندگی کرد و نسبت به سرنوشت دیگر اعضای جامعه بی تفاوت بود؛ به همین خاطر افراد تلاش می کنند از هر فرصتی برای رفع مشکلات جامعه استفاده کنند.

رئیس سازمان بهزیستی می گوید: تا مدتی پیش مسئولیت اجتماعی به مسائلی مانند حقوق شهروند و محیط زیست محدود می شد، اما امروزه مسائلی مانند توسعه جامعه، حقوق نیروی کار، رهبری سازمانی و اقدامات خیرخواهانه نیز به آن اضافه شده است.

درواقع این روزها در دنیا به بحث مسئولیت اجتماعی بیش از گذشته پرداخته می شود؛ زیرا به این نتیجه رسیده اند که مشکلات جامعه به دست شهروندان خیلی زودتر حل می شود، به همین منظور تلاش می شود زمینه را برای فعالیت های این چینی فراهم کنند.

رئیس انجمن مددکاران اجتماعی کشور می افزاید: در بسیاری از کشور ها مهم ترین منابع حمایت های اجتماعی از سوی شرکت ها و سازمان ها تامین می شود.

آن طور که او می گوید براساس ماده 172 قانون مالیات های مستقیم در کشورمان شخصیت های حقیقی و حقوقی می توانند بخشی از مالیات خود را برای ساخت مراکز بهزیستی و توانبخشی هزینه کنند.

به این شکل افراد حقیقی و حقوقی می توانند در برطرف کردن نیاز سازمان های حمایتی مانند ساخت آسایشگاه، مراکز نگهداری از ایتام یا حمایت از زنان سرپرست خانوار سهیم شوند.

اما به نظر می رسد، چون در این زمینه بدرستی اطلاع رسانی نشده بسیاری از سازمان های حمایتی از آن بی خبرند.

نام نیک؛ اعتبار بازار

چند روز بیشتر به سال نو باقی نمانده و خیلی از شرکت ها و سازمان ها تلاش می کنند با استفاده از عید نوروز خدماتشان را به جامعه معرفی کنند، اما چون خلایقیت لازم را ندارند، تلاش هایشان به چاپ کارت های تبریک و سررسید

محدود می شود؛ این درحالی است که راه های بهتری نیز برای معرفی وجود دارد.

ابراهیم باغبانی، مدیرکل تحقیقات، پذیرش و خدمات مددکاری کمیته امداد کشور نیز دراین باره می گوید: اگر بودجه ای که شرکت ها و اشخاص برای این هدف در نظر می گیرند، در مسیر درست هزینه شود می توان نتایج بهتری گرفت.

با انتخاب مسیر درست می توان با یک تیر دو نشان زد، یعنی هم شرکت خود را معرفی کرد هم در حل و فصل مشکلات جامعه سهیم شد.

آن طور که او می گوید: چنانچه شرکت ها بخشی از درآمدها را که برای تبلیغ در نظر می گیرند، صرف حل مشکل نیازمندان کنند، در بین مردم از محبوبیت بیشتری برخوردار می شوند.

هیچ کارشناسی مخالف تبلیغات نیست، اما تبلیغ را نباید به چاپ تقویم و سررسید محدود کرد؛ زیرا امروز شهروندان نیز نگاهی ویژه به اقدامات خیرخواهانه شرکت ها می کنند و از این طریق با خدمات آنها آشنا می شوند.

مهدی آیینی - جامعه