

جامعه نیکوکاری ابرار

وابسته به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

در این شماره می خوانید:

3 سیاست های مالی در موسسات خیریه

مصاحبه

6 گفتگو با جلال پور، عضو هیات امنای ابرار

8 گفتگو با امیدوار، کارشناس در حوزه مسوولیت اجتماعی

گزارش

10 مسجد هامبورگ در یک نگاه



سیاست های مالی در سازمان و صندوق های خیریه

عمدتا خیر خواهانه است، تأمین مالی شود. موسسات خیریه در کشورهای غربی به مثابه «نهادهای مالی» قدرتمند در تجهیز سرمایه برای حل مشکلات اجتماعی، جایگاه مطلوبی دارد؛ در حالی که باوجود پشتوانه فرهنگی عمیق و انگیزه های قوی دینی، به دلیل برخی موانع موجود، جمهوری اسلامی ایران نتوانسته است از ظرفیت ها و قابلیت های بالای این سیره نیکو به شکل کارآمدی برخوردار شود.



در زبان انگلیسی، کلمه "تراست" عبارت از ترتیبی است که در آن دارایی شخص یا اشخاص با هدف مشخص از سوی شخص یا اشخاص دیگری نگهداری می شود. معادل این واژه در فارسی «دارایی امانی» است. معمول ترین شکل "تراست"، تراست وصیتی یا وصیت نامه ای است که پس از مرگ دارنده دارایی شکل می گیرد. تراست هایی را که در طول عمر مالک دارایی شکل بگیرد، تراست سرپرستی گویند. جایی که منافع تراست به شخص یا اشخاص معینی برسد (اعم از اعضای خاندان و یا غیر از آن) به این تراست، تراست اختصاصی گویند. اگر منافع تراست به عامه برسد، به این تراست، تراست عمومی گویند. بیشتر تراست های عمومی مؤسسات خیریه اند که معافیت مالیاتی هم دارند. صندوق های خیریه از نوع تراست های عمومی اند. وقتی به هدف های سازمان های خیریه توجه می کنیم، در می یابیم که طیف گسترده ای از اهداف، مورد توجه موسسان بوده است: کمک هزینه زندگی، حمایت از دانشجویان و طلاب، تأمین دارو و خدمات پزشکی، حمایت از هنر، حمایت از ورزشکاران، حمایت از منطقه های خاص (توسعه منطقه ای، حمایت از تحقیقات، حمایت از نشر، حفظ محیط زیست، و...).

گاهی هدف هایی که برای عواید حاصل از صندوق های خیریه ارائه می شود، بسیار محدود است. مثلا صندوق های خیریه بسیاری هنر سیاهان آفریقا را مورد حمایت قرار می دهند یا «صندوق وقفی کلاگستون برای دانشجویان» علاقمند به خبر رسانی در مورد معلولان است و از پژوهش هایی حمایت مالی می کند که در حوزه رسانه های عمومی و مطالعات مربوط به معلولان کار می کنند. به هر حال، اکنون سازمان های خیریه جهان هزینه های تداوم فعالیت در صدها هزار دانشگاه، مؤسسه پژوهشی، مسجد، کلیسا، بیمارستان، آسایشگاه و... پرداخت می کنند. ژول پلسکی طراح معروف در سال 1982 صندوق خیریه ای را تأسیس کرد که هدف آن ارتقای کیفیت

منظور از موسسه خیریه، موسسات و انجمن هایی غیر انتفاعی، عام المنفعه و غیر سیاسی هستند که از سوی افراد حقیقی یا حقوقی تأسیس شده و در زمینه ارائه خدمات اجتماعی به افراد، خانواده های نیازمند و زن سرپرست، کودکان بی سرپرست و بد سرپرست، آسیب دیدگان اجتماعی و ... فعالیت می کنند.

اصولا مؤسسات خیریه بنابر ماهیت شکل گیری خود به افراد علاقمند به کارهای عام المنفعه و داوطلبانه متکی هستند؛ به طوری که این افراد بازوی اجرایی این مؤسسات محسوب می شوند و در خط مقدم ارتباط با افراد هدف قرار دارند. در همه کشورهای دنیا، ثروتمندان به ویژه در سنین بالا، تمایل دارند تا بخشی از ثروت خود را در زمان حیات خود، به مصرف اهداف خیر خواهانه ای تخصیص دهند که پس از درگذشت آنان نیز پایدار بماند. مؤسسات خیریه همچون سایر نهادهای مالی در کشورهای توسعه یافته با کارایی بالا کار می کنند و به ساز و کاری جهت تخصیص بهینه دارایی ها، تحقق اهداف اجتماعی و تقویت بازار سرمایه انجامیده است، در حالی که در کشورهای توسعه نیافته، به ویژه به دلیل دخالت اجرایی دولت ها، به نهاد کم اثرتری تبدیل شده است.

هدف مؤسسات خیریه خیرات، مبرات، نذورات، فعالیت های خیریه و وقف محدود به سنت اسلام و پهنه ایران نیست و عرصه عمل آن به گستره تمام مذاهب و جغرافیای بشری است. مردم در همه کشورها، با توجه به اعتقادات خود، اموال خود را وقف اهداف مختلف می کنند و با تشکیل مؤسسات خیریه، می کوشند تا رفاه گروه های هدف را ارتقا بخشند یا اهداف خیر خواهانه ای را محقق کنند.

در مؤسسات خیریه (و با کارکرد صندوق های وقفی) در همه جا، کم و بیش، پول یا دارایی های دیگری که برای هدف خاصی اختصاص یافته است، مدیریت می شود. اعطا کننده پول یا سایر دارایی ها، خیر یا واقف همواره تأکید دارد که اصل مال باید محفوظ بماند و تنها از محل سود و عواید آن، اهداف تعیین شده که



طراحی داخلی حرفه‌ای بود. این صندوق به دانشجویان کارشناسی دکوراسیون داخلی کمک هزینه و کمک شهریه پرداخت می‌کرد.



شده، بنیادهای ناحیه‌ای‌اند و در محدوده خاص یا روی موضوع خاص کار می‌کنند. هدف این بنیادها آن است که کمک کنند تا صندوق خیریه شکل بگیرد، و هدف غیر انتفاعی‌ای پیگیری اما در عین حال تداوم تأمین مالی حفظ و منافع مداوم برای تحقق هدف صندوق خلق شود. بنابراین، این بنیادها کمک می‌کنند خیرانی که وقت و تخصص ندارند یا حتی همه منابع مالی را ندارند، بتوانند سازماندهی لازم را انجام دهند.

در واقع، مؤسساتی وجود دارند که «خدمات مدیریتی خیریه» می‌دهند. نرخی که این نوع مؤسسات از خیران می‌گیرند بین یک تا دو درصد مبلغ وقف است. این میزان هزینه‌های اداری و مدیریت سرمایه‌گذاری را پوشش می‌دهد. در واقع نمی‌توان با فرض استفاده از وقت خیرانی که آماده‌اند بدون دریافت دستمزد کار کنند، توقع داشت که مدیریت حرفه‌ای اعمال شود. معمولاً ارزان‌تر آن است که از مدیریت حرفه‌ای در قبال پرداخت وجه استفاده شود تا از مدیریت غیر حرفه‌ای خیرانی که حاضرند وقت و خدمات خود را وقف کنند.

بنیادهای خیریه در عین حال بین صندوق‌های خیریه که هدف مشابه دارند پل می‌زنند و آنها را با یکدیگر هماهنگ می‌کنند. صندوق‌های خیریه را به شکل‌های دیگری نیز طبقه‌بندی می‌کنند.

سازمان‌های خیریه می‌توانند از کمک شرکت‌های خدمات مدیریت وقف برای تشکیل یکی از این دو نوع صندوق برخوردار شوند:

الف - صندوق‌های نمایندگی سرمایه‌گذاری
ب - صندوق‌های خیریه سازمانی.

تفاوت عمده‌ی این دو نوع صندوق در مالکیت آنها است. در صندوق‌های نمایندگی سرمایه‌گذاری، شرکت خدمات به عنوان عامل و نماینده سازمان خیریه خاص عمل می‌کند، و دارایی‌های وقفی‌ای را اداره می‌کند که به سازمان خیریه خاصی مربوط است. در هر زمان سازمان خیریه یاد شده می‌تواند دستور دهد که دریافت کنندگان منافع خیریه چه کسانی باشند و در زمان معینی هم کل دارایی‌ها به سازمان خیریه برگشت داده شود.

در صندوق‌های خیریه سازمانی، کل وجوه خیریه در اختیار شرکت خدمات گذاشته می‌شود و هر سال فقط بخشی از عواید به سازمان خیریه مورد نظر بر می‌گردد. این ترتیب به خیران اطمینان بیشتری می‌دهد که اصل سرمایه خیریه به هیچ دلیلی مصرف نخواهد شد. بدین ترتیب، صندوق نمایندگی سرمایه‌گذاری یا صندوق نمایندگی خیریه دارایی‌هایی را برای مؤسسه خیریه نگهداری می‌کند و عواید آن را سالیانه به مؤسسه مربوطه می‌دهد.

شرکت‌های خدمات مدیریت خیریه این نوع صندوق‌ها را تشکیل می‌دهند و به عام یا حامیان مؤسسه ارائه

حتی دانشگاه‌های دولتی در دنیا صرفاً از طریق بودجه تأمین مالی نمی‌شوند. در آمریکا، به طور متوسط، فقط 40 درصد بودجه دانشگاه‌های دولتی را دولت می‌پردازد. بیشتر این بودجه از طریق سازمان‌های خیریه تأمین می‌شود و اموال وقفی به طور دائمی بخش بزرگی از بودجه دانشگاه‌ها را پوشش می‌دهد. هدف صندوق‌های خیریه دانشگاه ایلینویز شمالی به این شرح تبیین شده است: هدف آن است که راهبردهای مخارج و تخصیص دارایی‌ها برای صندوق‌های خیریه به گونه‌ای انجام شود که قدرت مصرف از صندوق‌ها، بعد از تعدیل برای تورم (به ارزش ثابت) و در طولانی مدت حفظ شود. بنیاد دانشگاه ایلینویز شمالی در قبال واقفان متعهد است که وجوه آنها را به گونه‌ای مصرف کند که حمایت از برنامه‌های مورد نظر آنها جنبه دائمی پیدا کند.

صندوق‌های خیریه صندوق‌های خیریه متنوع‌اند و اهداف بسیار متفاوتی را پیگیری می‌کنند. بنیادهای خیریه صندوق‌های خیریه را اداره می‌کنند. بنابراین، در کشورهای پیشرفته، نحوه مدیریت صندوق‌های خیریه مدت‌ها است که مدرن و حرفه‌ای شده است، و بنیادهایی را می‌توان یافت که تا 100 صندوق را اداره می‌کنند.

به صندوق‌های خیریه مدرن دنیا پول نقد، اوراق بهادار پذیرفته شده در بورس‌ها، اوراق بهادار شرکت‌های غیر سهامی عام، املاک و مستغلات، بیمه نامه، و انبوهی از دارایی‌های فیزیکی و واقعی دیگر هدیه و هبه می‌شود. بعضی از بنیادهای یاد



تشکیل صندوق های خیریه در موسسات خیریه سبب رشد و ثبات مالی می شود

است و اداره مستقل هر موقوفه تحت ضابطه کلی رعایت مصالح وقف توصیه شده است. این در حالی است که پس از انقلاب اسلامی، متأسفانه سازمان های خیریه کشور با تمرکز بیشتر اداره شده اند و اصول خودگردانی، شخصیت مستقل و حتی شفافیت اطلاعات به درستی رعایت نشده است. تخصیص بهینه دارایی ها در موسسات خیریه حضور مؤثر صندوق های وقفی و مؤسسات خیریه در بازارهای سرمایه ی جهان بیانگر آن است که این نهادها، دارایی های خود را به شکل دارایی های مالی نگاه می دارند و از بنگاه داری عموماً پرهیز می کنند.

مسأله ی مهم در مدیریت صندوق، کاربرد مفهوم «خردمندی و عدالت» است. این مفهوم ضروری می سازد که در اداره دارایی های خیران، بین نیازهای کوتاه مدت و بلند مدت تعادل ایجاد کنیم و با پاسخ گویی کامل به نیازهای امروز، پرداخت های آتی را به خطر نیندازیم.

در همه موسسات خیریه، نیاز به خلق جریان درآمدی پایدار، سیاست اجرایی خاصی را می طلبد. مهم است که مدیران سازمان ها، میان نسل های مختلف، تفاوت قائل نشوند و جریان درآمدی مناسبی برای همه ذی نفعان امروز و فردا ایجاد کنند. در کشور ما، این دغدغه نیز به مجموع دل مشغولی ها مؤسسات خیریه اضافه می شود که بازده حاصل از دارایی های خیرین می باید آنقدر باشد که غیر از تأمین نیازهای قابل پرداخت خیریه، تورم را نیز پاسخگو باشد. نوع بازده صندوق های خیریه باید آن گونه باشد که غیر از تأمین پرداخت های جاری به ذی نفعان مؤسسات خیریه، رشد آتی را هم محفوظ بدارد و در واقع سبب سرمایه گذاری رشد را شکل دهد.

می کنند و مدعی اند که شفافیت و اعتبار بیشتری به آن می دهند، بدین ترتیب باعث می شوند که خیرات و هدایای بیشتری جذب شود.

تشکیل این نوع صندوق ها به مؤسسه خیریه تداوم منابع مالی برای اهدافشان را مطمئن می کند. تشکیل این صندوق های به تداوم رشد و ثبات کمک می کند. شرکت های خدمات مدیریت خیریه یا بنیادهای خیریه در غرب صندوق های خیریه و اعانات متعددی را اداره می کنند. از نظر دیگری نیز می توان صندوق های خیریه را تقسیم بندی کرد: الف - صندوق های خیریه دائمی؛ ب - صندوق های خیریه با عمر محدود در مورد اول، اصل موضوع خیریه و وقف برای همیشه دست نخورده باقی می ماند، و تنها عواید یا درآمد حاصل از اصل آن می تواند برای مصرف یا اضافه شدن به اصل در دسترس باشد. در مورد دوم، به محض رسیدن به شرایط خاص، اصل مبلغ خیریه نیز می تواند به مصرف برسد.

سازمان های خیریه سازماندهی مؤسسات خیریه در کشورهای مختلف متفاوت است، هر چند که تقریباً در همه جا، دارایی های وقف تحت نظارت هیئت امنایی قرار دارد و از سوی مدیرانی اداره می شود. بعضی صندوق های خیریه به منابع دریافتی از خیران اولیه محدودند و در بعضی کشورها، این صندوق ها اجازه دارند از طریق دریافت وجوه از مردم، گسترش یابند. در اداره سازمان های خیریه، همواره تلاش شده است که حفظ استقلال و شخصیت مستقل خیریه مد نظر باشد؛ این سازمان ها بتوانند در عین شفافیت، خودگردان باشند و به استفاده از کمک های دولتی متمایل نشوند. این مسأله در وقف اسلامی نیز مد نظر قرار گرفته است. در سنت اسلامی نیز استقلال واقف، وقف نامه، و اهداف هر موقوفه مد نظر بوده



نیکوکاری ابرار، به همین دلیل است". وظیفه ابرار، ساماندهی فعالیت‌های خیر فعالان اقتصادی

جلال پور جایگاه جامعه نیکوکاری ابرار را در حد نهادی می‌داند که از یک محل مرتفع و بالا، مجموعه کارهای نیکوکاری فعالان اقتصادی که در حال حاضر انجام می‌شود را ساماندهی می‌کند. به زعم وی، آنچه سبب تمایز جامعه نیکوکاری ابرار از دیگر مجموعه‌های خیریه‌ای که فعالان اقتصادی در آن حضور دارند می‌شود؛ وظیفه اصلی این نهاد نوپا در ساماندهی و همراهی موسسات خیریه و فرهنگی در حل مشکلات جامعه است.

جلال پور یادآور شد: "کار نیک صرفاً این نیست که انسان به دیگران کمک مالی کند، هر ارتقائی در هر زمینه‌ای کار نیک محسوب می‌شود. کار نیک توسعه مجموعه‌های اقتصادی که سبب اشتغال تعداد بیشتری می‌شود و توسعه علم و دانش و منتفع کردن افراد زیادی را دربردارد. بنابر این تمام این فعالیت‌ها که کارهای نیک هستند جزء فعالیت‌های زیر مجموعه‌های جامعه نیکوکاری ابرار قرار می‌گیرد".

از نگاه این فعال اقتصادی، جامعه نیکو کاری ابرار یک نگاه انسانی، فراگیر و فراملی به کارهای خیر دارد و می‌خواهد این فعالیت‌ها را در قالب یک کار هماهنگ و منسجم، در جهت تعالی جامعه به کار گیرد. برای این منظور، جلال پور بر این باور است که تمام مجموعه‌های خیریه‌ای که در اقصی نقاط کشور به وسیله فعالان اقتصادی اداره می‌شوند باید از یک استراتژی شفاف و مشخص را دنبال کنند و از امکانات یکدیگر در جهت هم‌افزایی، نه موازی کاری یا در خلاف جهت هم استفاده نمایند.

جلال پور که خود گاه گوشه چشمی هم به موسسات خیریه در نقاط مختلف دنیا دارد، در خصوص تجربه جهانی در این زمینه گفت: "اگر در موسسات خیریه در سطح دنیا بررسی کنید، می‌بینید که کانادا جزو کشورهای است که بیشترین میزان جوامع نیکوکاری و تشکلهای خیریه در آن وجود دارد. این مجموعه‌ها در سال‌های متمادی راه‌های مختلف می‌رفتند که گاه موازی یا در خلاف جهت هم بودند، اما در نهایت به این نکته رسیدند که مجموعه‌ای به نام (United way) را به عنوان استراتژی مشترک تاسیس کنند. از همینرو، تمام موسسات خیریه را در 1 الی 2 سمینار گرد هم می‌آورند و از تمام امکانات در جهت افزایش توان و یکی شدن موسسات خیریه استفاده می‌کنند. نهاد مذکور، هیچ کار خیر مستقیمی انجام نمی‌دهد و تنها وظیفه اش ساماندهی مجموعه‌های خیریه است."

جامعه نیکوکاری ابرار برای تعالی جامعه به وجود آمده است



محسن جلال پور، عضو هیأت امناء جامعه نیکوکاری ابرار، رئیس اتاق بازرگانی کرمان، رئیس هیأت مدیره انجمن پسته ایران و عضو ثابت و فعال هیأت نمایندگان اتاق ایران در چند دوره گذشته است. وی تاجری موفق در زمینه‌های فعالیت خود، به ویژه پسته است. به گفته خودش، وقتش را در زندگی به سه بخش تقسیم کرده است؛ 40 درصد را به کارهای انتفاعی و شخصی، 30 درصد فعالیت‌های اجتماعی و 30 درصد مابقی را نیز به کارهای خیریه و عام المنفعه. او با وجود مدیریت اتاق کرمان در 8 سال گذشته، در چند موسسه خیریه، عضو هیأت مدیره یا رئیس هیأت مدیره است. او در کنار کارآفرینی، بنیانگذار موسسه خیریه نفیس کرمانی بوده که هر ساله با اهداء عضو، به ده‌ها نفر زندگی تازه می‌بخشد.

جامعه نیکوکاری ابرار؛ بستری برای اعمال مسئولیت اجتماعی فعالان اقتصادی

محسن جلال پور در تشریح هدف خود از شرکت در جامعه نیکوکاری ابرار گفت: "من جامعه نیکو کاری ابرار را نمودی از آنچه که فعالان اقتصادی باید در جامعه به عنوان وظیفه انجام دهند، می‌بینم. احساس می‌کنم اگر خداوند عمری را به عنوان ودیعه به هر کدام از ما امانت داده و ما توانسته‌ایم با استفاده از عقل، توانایی و فهمی که هدیه خداوند است، حرکتی را انجام دهیم، بدهکار مردم و جامعه‌ای هستیم که از ظرفیت و پتانسیل‌های آن بهره برداری کرده و به طبع باید بخشی از آن را به جامعه برگردانیم". نکته‌ای که جلال پور به آن اشاره دارد، امروزه در مدیریت، در تبیین فلسفه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی استفاده می‌شود.

رئیس اتاق کرمان ادامه داد: "من اعتقاد دارم خمس چیزی نیست که مربوط به مال آدم و پایان هر سال باشد. همه آدم‌ها باید در علم، فن و تمام دانایی و دارایی‌هایشان، بخشی را به جامعه برگردانند. وظیفه من است که بخشی از انرژی، وقت، نیرو و مال را در فعالیت‌های خیر بگذارم، و حضور من در همه مجموعه‌های اجتماعی و خیریه از جمله جامعه



نوع مدیریت میزان مشارکت در امور خیریه را افزایش می دهد

میزان مشارکت در امور خیریه به نوع مدیریت وابسته است

مشارکت در امور خیریه، همواره از دغدغه های مهم افرادی است که برای این کار پیشگام می شوند. در این زمینه جلالپور، میزان مشارکت را تابعی از نوع مدیریت نهاد مذکور می خواند؛ "اگر فعالان اقتصادی مشاهده کنند که با هزینه و وقت کم توانسته اند مجموعه یا بخشی از جامعه را نجات دهند و حرکتی رو به جلو ایجاد کنند، سبب الگو سازی و حرکت بیشتر در این مسیر می شود. آگاهی افراد از این نکته که از کمترین مقدار پولی که در امور خیریه خرج کرده اند به بهترین نحو استفاده شده است، سبب اعتماد و تشویق آنها می شود زیرا افرادی که کار خیر انجام می دهند انتظار دارند تا ربال آخر پولشان به بهترین نحو مصرف شود و جایی هزینه ی اضافی نشود". در واقع جلال پور، اعتماد را به عنوان سرمایه اجتماعی جامعه نیکوکاری ابرار می داند که مشارکت به عنوان شاخصی دیگر از این سرمایه، به متغیر اعتماد وابسته است.

به زعم این حامی امور خیر، در کشور ما نیکوکاران زیادی وجود دارند؛ در فرهنگ و تاریخ ما این موضوع ریشه دارد و در سده های گذشته اکثر فعالان اقتصادی از خیرین بودند. با وجود این، این روزها متأسفانه آن امانتداری لازم و مدیریت صحیح صورت نمی گیرد و همین امر در تطابق میزان فعالیت های انجام شده با نیاز جامعه بسیار موثر است و متأسفانه ما مدیریت خوبی نداریم. با ایجاد مدیریت صحیح و اصولی، کمک بزرگی به رواج و گسترش امور خیریه می شود و به زمانی بخواهیم گشت که تمام نیازهای جامعه توسط بخش خصوصی کشور پوشش داده می شود. جلال پور در این زمینه به تجربه حمایت اتاق از زلزله زدگان بم در ایجاد اشتغال اشاره کرد و بر فعالیت ابرار در زمینه اشتغال زایی به عنوان یک فعالیت مهم در توسعه همه جانبه و پایدار کشور و ارتقاء سرمایه انسانی تاکید ورزید.

جلال پور، تعالی جامعه در حوزه های مختلف به ویژه اقتصاد را در تعامل سازنده فعالیت اقتصادی با محیط انسانی و طبیعی آن دانست. او معتقد است اگر کارگر هم از زندگی اش رضایت نسبی داشته باشد، باعث ترقی کارفرما نیز می شود.

جلالپور معتقد است که تجربه کانادا در این زمینه، می تواند برای ما هم با حفظ شرایط بومی، کارساز باشد. لذا از نظر او، جامعه نیکوکاری ابرار وظیفه دارد که تمام خیریه ها و سازمان های مردم نهاد فعالان بخش خصوصی را ساماندهی کرده و با هم افزایی پتانسیل موجود در آن ها، توانایی بیشتری را در زمینه کار خیر و اعمال مسئولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی به وجود آورد.

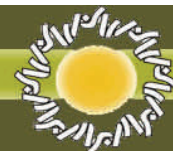
جلال پور خاطر نشان کرد: "بحث نیکوکاری فقط در مسائل مالی خلاصه نمی شود و اتاق بازرگانی هم تنها این وظیفه را بر عهده ندارد که فقط بحث مالی را دنبال کند. شاید بزرگترین فقر در کشور، فقر علمی یا فرهنگی باشد. لذا باید نیازهای جامعه را رصد کنیم و از ابعاد مختلف به جامعه بنگریم".

یجاد فضای تحقیق و تحلیل در جامعه نیکوکاری ابرار

رئیس هیات مدیره موسسه خیریه نفیس کرمانی تاکید کرد: "در اتاق، قبل از تاسیس جامعه نیکوکاری ابرار فعالیت های خیریه به صورت متفرقه انجام می شده است و به همین دلیل پیشنهاد تشکیل جامعه ابرار داده شد. با فعال شدن جامعه نیکوکاری ابرار در همه اتاق های استان ها، می توان کارکرد این نهاد مهم را گسترش داد. در عین حال، در این مراکز می توانیم با جمع آوری نیازهای اجتماعی و فعالیت های صورت گرفته از سوی فعالان اقتصادی در امور خیر، با گزارش هایی جمع بندی شده و تحلیلی، در نهایت به نقشه راه دست پیدا کنیم. وجود مرجع تحلیلی در جامعه نیکوکاری ابرار امری مهم و استراتژیک است.

فرهنگ مسئولیت اجتماعی را در جوامع اقتصادی رواج دهیم

ترویج فرهنگ مربوط به مسئولیت اجتماعی، بر هر چیزی اولویت دارد. جلال پور با بیان این جمله، ادامه داد: "اگر ما در جوامع و بنگاه های اقتصادی این فضا را به وجود بیاوریم که همه مدیون این جامعه و مردم هستیم و باید بخشی از وقت، انرژی، نیرو و ثروتمان را صرف امور خیریه و کارهای عام المنفعه کنیم، خود فعالان اقتصادی با ما همراه خواهند شد. این فرهنگ باید با صحبت، سخنرانی و گزارش هایی که داده می شود رواج پیدا کند".



موضوع اصلی مسئولیت اجتماعی در ایران، عمدتاً کارهای خیر است

ولی در سایر کشورها، کارهای خیریه شرکت‌ها، بخشی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بوده اما لزوماً خود آن نیست؛ "در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، در قبال فراهم کردن محیط کار خوب برای کارمندان، توانمندسازی آن‌ها، ارائه اطلاعات درست به مشتری، آموزش مصرف مسئولانه به مشتریان، تعهد در قبال منابع تجدیدناپذیر، مبارزه با رشوه و فساد و ناهنجاری‌های اجتماعی و اموری از این دست تعریف می‌شود."

او درباره اشکال مختلف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بر این اعتقاد است که پیوند فعالیت اجتماعی یا فرهنگی با استراتژی شرکت، درگیرکردن کارمندان شرکت در یک فعالیت اجتماعی یا به کارگیری از نیرو و توان کارمندان شرکت برای حل یک چالش اجتماعی به صورت داوطلبانه و استفاده از منابع و امکانات شرکت در یک پروژه اجتماعی می‌تواند از اشکال مختلف این موضوع باشد. بر این اساس است که کمک مالی لزوماً جزو فعالیت‌های این حوزه قرار نمی‌گیرد ولی در ایران عمدتاً کارهای خیریه محور اصلی فعالیت اجتماعی تلقی می‌شوند. به دلایل مختلف، بسیاری از صاحبان کسب و کار و افراد خیری که از دل تجارت بیرون آمده‌اند به چالش‌های اجتماعی کشور آگاه نیستند، به همین خاطر روی چند حوزه تمرکز می‌کنند؛ از جمله ساخت بیمارستان، مدرسه، سرپرستی بچه‌های بی‌سرپرست و یا آن‌که به خیریه‌های مختلف کمک می‌نمایند. ولی چالش‌های اجتماعی ما ناشناخته است و واقعاً نمی‌دانیم چقدر درگیر موضوعی مثل اعتیاد یا عدم توانمند بودن زنانمان هستیم، به همین خاطر برخی از کارهای خیریه در ایران به هدر می‌رود. از طرفی دیگر، در ایران کارهای خیریه توسط صاحبان شرکت‌ها و مدیران شرکت‌ها انجام می‌شود که به دلیل علاقه شخصی است نه به دلیل تجارتي که دارند و چنانچه مدیر عوض شود، ممکن است فعالیت آن فرد در این حوزه عقیم بماند.

در شرکت‌های بزرگ که سهام‌داران متفاوت هستند بعضی از مدیران کار خیریه می‌کنند، اما ممکن است کار خیر آن‌ها به زمینه فعالیت بنگاه اقتصادی مزبور، ارتباطی نداشته باشد و یا کل سازمان به شکل نهادینه شده درگیر آن نشوند.



علی رضا امیدوار از کارشناسان و محققان حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، حدود 5 سال است که در این زمینه به شکل مستقل و جدی فعالیت می‌کند. از آنجا که امروزه بحث مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی (CSR: Corporate Social Responsibility) به عنوان فصل مهمی در مسائل اقتصادی و امور سازمانی مطرح می‌شود و ارتباط نزدیکی با برخی مفاهیم مانند پاسخگویی و نیز امور خیر و خیرمندی دارد، به سراغ وی رفتیم تا با زوایای گوناگون این مفهوم که به اعتقاد برخی، وجوهی از آن در ایران سابقه ای طولانی دارد، بیشتر آشنا شویم.

امیدوار در آغاز، درباره برداشت خود از مفهوم "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها" چنین گفت: "ما مفهومی را در ایران ترویج می‌کنیم که بر مسئولیت به عنوان پایه و اساس رفتار یک سازمان در اجتماع تاکید دارد. در این حالت با پرسش‌های اساسی از منظر یک مدیر شرکت مواجه می‌شویم که با دیدگاه یک موسسه خیریه و یا یک سازمان مردم‌نهاد، متفاوت است. پرسش در اینجا، ناظر بر چگونگی کسب و کار مسئولانه همراه با تولید ثروت است. چون شرکت‌ها تاثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی یک جامعه دارند، باید اثرات مثبت فعالیت خود را حداکثر و اثرات منفی ناشی از فعالیت خود را به حداقل برسانند. در واقع، بنگاه‌های اقتصادی، در قبال کلیه ذی‌نفعان مسئول هستند که این ذی‌نفعان شامل مشتری، کارمند، خود سازمان، مصرف‌کنندگان، محیط زیست، جامعه محلی، همسایه‌ها، دانشگاه و اقتصاد آن ملت است."

کارهای خیریه شرکت‌ها، بخشی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بوده اما لزوماً خود آن نیست

وی درباره رابطه مسئولیت اجتماعی با کار خیر، به تفاوت بین تعریف مسئولیت اجتماعی در دنیا و ایران اشاره کرد. به زعم وی، موضوع اصلی مسئولیت اجتماعی در ایران، عمدتاً کارهای خیر است تا آنجا که وقتی از مدیر شرکتی راجع به مسئولیت اجتماعی شرکت خود سوال می‌شود در ارتباط با کارها خیری که انجام داده است صحبت می‌کند.



دیدگاه من تغییر افق های دید مدیران ما است، که در کسب و کار ارائه سرویس مناسب و ایجاد ارزش افزوده، نه سود صرف، هدف آنها قرار گیرد."

به نظر امیدوار این نگرش، به صورت خود جوش، در جامعه ایران نیز شکل می گیرد، چون زمانی که دارایی های شرکت از یک حدی فراتر رود، دیگر برای صاحبان آن افزایش درآمد صرف، در اولویت اول نبوده و به دنبال موضوعاتی از جمله رشد کسب و کار، افزایش کارمندان، معروفیت برند خواهند بود.

به زعم وی، گسترش مسئولیت اجتماعی در عین حال به نقش دولت و سیاستگذاری های حکومت وابسته است، که فضای کسب و کار را به صورتی سازماندهی کند که شرکت هایی که در قبال مسئولیت اجتماعی خود نسبت به جامعه حساس هستند از جایگاه ویژه ای برخوردار باشند؛ ولی اکنون این محیط مهیا نیست. در حال حاضر، هزینه شرکت ها در بحث مسئولیت اجتماعی، هیچ انگیزه مضاعفی را در فضای کسب و کار برای آن ها به وجود نمی آورد؛ چه به مسئولیت اجتماعی عمل کنند و نکنند، از دید حاکمیت فقط رفتار آن ها در حوزه اقتصادی مورد ارزیابی قرار می گیرد؛ در چنین فضایی، مدیران شرکت ها برای عملکرد بهتر شرکت خود در بحث مسئولیت اجتماعی، می توانند در بازاریابی شرکت یا بالا بردن انگیزه کارمندان و عملکرد آنها استفاده کنند.

CSR مفهومی است که در کنار خود چند ابزار دارد و یکی از آنها، بازاریابی اجتماعی یا بازاریابی خیرخواهانه است؛ به عنوان مثال: شرکتی گفته است با خرید شما از محصولات این شرکت، من بخشی از این درآمد خود را برای کمک به چند هزار کودک در ده ها شهر و روستا اختصاص می دهم، این امر سبب جذب مشتری بیشتری برای آن شرکت شده است؛ این شرکت در واقع از مفهوم CSR به عنوان یک ابزار مارکتینگ استفاده کرده است. مثال های بیشماری از این دست وجود دارد و می توان از مفهوم CSR برای حساسیت اجتماع نسبت به مسئولیت اجتماعی برای افزایش بازار شرکت به جای هزینه های بالای تبلیغات می توان به راحتی استفاده کرد، امروز در تمام دنیا این موضوع رواج دارد.

در عین حال، در کشور ما، موسسات خیریه آگاه نیستند که چگونه شرکت ها و بنگاه های اقتصادی را در امور خیر مشارکت دهند؛ برخی از آنها تصور می کنند که شرکت ها قلک هستند و از آنها فقط درخواست کمک مالی دارند. در واقع این موسسات، بین خیریه خود و شرکت ها، مشارکت راهبردی مشخصی را تعریف نمی کنند و بازی را به سوی یک تعامل پایدار و همراه با سود دو طرفه (بازی برد - برد) نمی برند.

می توان از مفهوم CSR به عنوان یک ابزار مارکتینگ استفاده کرد

این کارشناس بحث مسئولیت اجتماعی در پاسخ به این پرسش که چه انگیزه ای می تواند کمک کند تا شرکت ها به مسئولیت اجتماعی خود روی بیاورند گفت: "یکی از موضوعاتی که امروزه بسیار زیاد دیده می شود، این است که شرکت های بزرگ در ایران که عمدتاً شرکت های نیمه دولتی یا خصوصی وابسته به دولت هستند که لینک های بسیار قوی با دولت دارند و موسسات خیریه با توجه به توان مالی این شرکت ها، برای تامین هزینه های خود معمولاً به سراغ آن ها می روند. یکی از کارهایی که مسئولیت اجتماعی شرکت های می تواند انجام دهد، هدفمند کردن این درخواست ها است، یعنی با طراحی راهکارهایی، سود شرکت نیز در این امور لحاظ شود. از طرف دیگر امروزه شرکت ها در ایران هر کدام فضای خاص خود را پیدا کرده و در حال رشد هستند و می خواهند مستقل از دولت، فضای کسب و کار جدیدی را به وجود آورند. شرکت های دولتی که به سمت خصوصی شدن در حرکت هستند، به بنگاه هایی تبدیل می شوند که اشخاص حقیقی مالک آنها هستند و در برنامه ریزی های خود به دنبال برنامه های بلند مدت و افق های 5، 10، 20، 50 و 100 ساله می باشند؛ برنامه ای مدون برای گسترش شرکت خود تعریف می کنند و با ترسیم یک افق بلند مدت، خود به خود مسئولیت اجتماعی شرکت ها برای آنها معنی پیدا می کند و درک می کنند که موفقیت شرکت، در گرو موفقیت ذی نفعان است. وقتی شرکتی مسئول در قبال مسئولیت اجتماعی باشد در جذب دانشجویان ممتاز دانشگاه ها و نیروهای بهتر موفق تر خواهد بود و با عملکرد بهتر سرمایه گذاران خارجی نیز مشارکت بهتری در سرمایه گذاری خواهد داشت و قیمت سهام شرکت در بورس بالا رفته و منافع بیشماری را نصیب خود خواهد کرد. بهترین روش از



مسجد هامبورگ در یک نگاه

دینی برای مسلمانان با ایشان مطرح گردید. مرحوم آیت الله بروجردی طی نامه ای موافقتشان با این پیشنهاد را اعلام نمودند و مبلغ 10 هزار تومان نیز به عنوان نخستین کمک مالی برای انجام این کار حواله کردند.

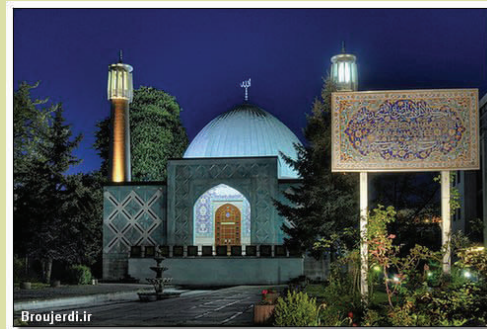
در دوم تیرماه سال 1332 تعدادی از تجار اتاق بازرگانی دعوت بعمل آمد و طی جلسه ای نامه مرحوم آیت الله بروجردی قرائت گردید. در این جلسه هیات مدیره 9 نفره ای بعنوان هیات ساختمانی مسجد انتخاب شد که عبارت بودند از آقایان:

(1) حاج علی نقی کاشانی (2) حسین ولادی (3) علی محمد باقر زاده (4) محمدتقی تبرک (5) محمد خسرو شاهي (6) حمید شجاعی (7) عبدالعلی فیض (8) محمدحسین دهدشتی (9) میرحسین غفاری

به علاوه از میان افراد فوق هیئت رئیسه چهار نفره ای نیز انتخاب گردید و حسابی به نام «جمعیت ایرانیان» افتتاح شد.

در نهم مهرماه 1336 زمین کنونی به مساحت 43744 متر مربع در بهترین منطقه بندر هامبورگ در کنار رودخانه آلاستر خیابان شونه آوس زیشت Schone Aussicht به مبلغ 250 هزار مارک معادل نیم میلیون تومان توسط یکی از تجار خیر ایرانی بنام مرحوم حاج قاسم همدانیان برای مسجد خریداری گردید.

نخستین کلنگ ساختمان مسجد در 24 بهمن 1336 مصادف با سالروز میلاد حضرت مهدی (عج) با حضور جمعی از مسلمانان و نمایندگان شهر هامبورگ توسط حجت الاسلام آقای محقق زده شد و پس از مدت کوتاهی کارهای ساختمانی شروع گردید.



هامبورگ بزرگترین مرکز تجمع ایرانیان در آلمان است. جامعه ایرانی هامبورگ به راحتی به چشم می آید و در بسیاری از نقاط شهر به ویژه در مرکز این شهر می توان فروشگاه ها و رستورانهای ایرانی و یا اطلاعیه های فارسی را بر در و دیوار مشاهده کرد. مسجد ایرانی های هامبورگ که قبل از انقلاب ساخته شده و تا کنون افرادی مانند مرحوم شهید بهشتی و آقای خاتمی مسئولیت اداره آن را به عهده داشته اند، بنای آبرومند و باشکوهی است که به همت اتاق بازرگانی ساخته شده و در فهرست دیدنی های شهر قرار گرفته است.

اولین بار پیشنهاد ساخت این مسجد در سال 1332 هجری شمسی برابر با 1953 میلادی در جلسه ای که با حضور جمعی از ایرانیان مقیم هامبورگ در هتل آتلانتیک این شهر برگزار گردید داده شد. در این جلسه گفتگویی پیرامون لزوم تشکیل مرکزی اسلامی و بنای مسجدی برای ایرانیان مقیم این شهر انجام گرفت. این پیشنهاد با استقبال حاضران روبرو شد و قرار شد دایره فعالیت این مرکز و مسجد تنها به ایرانیان محدود نگردد و مرکزی برای همه مسلمانان شهر هامبورگ تأسیس شود.

در همان سال با ارسال نامه ای به مرجع تقلید وقت آیت الله بروجردی پیشنهاد تأسیس مسجدی جهت انجام عبادات و برگزاری جلسات



از این پس تا زمان شهادت آیت الله بهشتی (1360 ش) مدیریت مرکز اسلامی هامبورگ تحت نظارت آن مرحوم قرار داشت و امامان و مدیران بعدی با نظر ایشان منصوب می گردیدند.

دوره مسئولیت حجت الاسلام آقای محمد خاتمی 1357 تا 1359 به عنوان امام مسجد و مدیر مرکز اسلامی، مقارن با اوج مبارزات مردم مسلمان ایران برای بثمر رساندن انقلاب اسلامی شد.

با بازگشت آقای خاتمی به ایران و عهده دار شدن این مسئولیت از جانب حجت الاسلام آقای محمد مقدم در سالهای 1358 تا 1370 ه. ش، گذشته از ترمیم و بازسازی مسجد و مرکز، بنای زیرزمین مسجد شامل آشپزخانه و سرویسهای بهداشتی تکمیل گردید و بخشی از کاشیکاریهای داخل گنبد نیز در سال 1368 به اتمام رسید و تجهیزات سیستم ترجمه همزمان نیز در سالن سخنرانی مسجد نصب گردید. علاوه بر این، طرحهایی برای احداث واحد تکمیلی مرکز در پشت مسجد تهیه و جهت پیگیری مراحل اداری ساختمان جدید که جنب بنای قبلی مسجد و مرکز اسلامی قرار دارد اقدامات اولیه صورت گرفت و در زمان مدیریت حجت الاسلام انصاری اجراء و در سال 1378 (2000 میلادی) کار این بنا به پایان رسید و برگ زرین دیگری بر صفحات کتاب اتاق بازرگانی نگاشته شد. صفحاتی که شاید ردی کم رنگ از آن در اسناد و مدارک اتاق صنایع و معادن ایران باقی مانده اما بنای باشکوهی رو از خود به یادگار گذاشته است.

از بهمن ماه 1336 که نخستین کلنگ ساختمان مسجد زده شد تا اواخر سال 1341 با مشکلاتی که در کار بنا پیش آمد، تقریباً اسکلت ساختمان مسجد به پایان رسید. با فوت مرحوم آیت الله بروجردی و بازگشت آقای محقق به ایران در اواخر سال 1342 وقفه مجددی در کار ساختمانی مسجد روی داد و هیات ساختمانی نیز به دلیل نبودن بودجه کافی بناچار به بانکهای آلمانی بدهکار شد.

ساعت 5:30 بعد ظهر شنبه 42/7/6 در طبقه هفتم اتاق بازرگانی واقع در خیابان سپهد قره نی جلسه ای به ریاست آقای شریف امامی برپا می شود. در این جلسه نامه مجلس سنا در خصوص کمک به ساختمان مسجد هامبورگ قرائت می شود و مقرر می گردد آقای مهندس عضد در این کار پیشقدم گردند و از اشخاصی که در این زمینه مساعدت میکنند فهرستی تهیه کنند.

وانگاه به رسم همیشه تجار ایرانی آستین بالا زده و با همراهی اتاق بازرگانی تهران مبلغی به حساب مسجد هامبورگ واریز شد و بدین ترتیب تقریباً بدهکاری مسجد به بانک و شرکتهای مربوطه تسویه گردید.

در سال 1343 آیت الله دکتر بهشتی با تأیید مراجع وقت به عنوان امام مسجد برگزیده شد. ایشان هیات امنای هفت نفره ای مرکب از اعضای زیر انتخاب گردند:

1- آیت الله دکتر بهشتی

2- دکتر مهندس ایرج مشیری

3- دکتر علی عماري

4- منوچهر اقبال

5- کریم نعمت زاده

6- محمد خسرو شاهی

7- حسن ولادی