

## محورهای اصلی جایزه ملی

1-بخش اصلی جایزه مسئولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی، کشور

2-کمیته های مسئولیت اجتماعی شرکتی

3-نمایشگاه جانبی روز جایزه مسئولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی

1-بخش اصلی جایزه مسئولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی کشور

1-1) پروژه ها و فعالیت های بنگاه در حوزه مسئولیت اجتماعی بر اساس استاندارد گزارش نویسی جهانی GRI

1-2) ابتکارات و نوآوری در حوزه های مسئولیت اجتماعی شرکتی

1-1) پروژه ها و فعالیت های بنگاه در حوزه مسئولیت اجتماعی بر اساس استاندارد گزارش نویسی جهانی GRI

تعریف

اگر بنگاه شما برنامه موثر و جامع مسئولیت پذیری شرکتی و پایداری قابل اعتمادی دارد که پاسخ دهنده و نشان دهنده تعهدتان نسبت به عملکرد کسب و کار در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است، پس واجد شرایط برای ورود به این جایزه می باشید. گزارش پایداری (Sustainability Report) یا GRI (Global Reporting Initiative) یا (Report) و ارتباط بین استراتژیهای سازمان و تعهد آن به یک اقتصاد جهانی پایدار که توسط بنگاه بصورت سالیانه منتشر می شود. این استاندارد جهت گزارش دهی فعالیت های مسئولیت های اجتماعی، در سطح جهانی توسط بنگاهها استفاده می شود.

حوزه ها:

بر اساس استاندارد جهانی گزارش دهی GRI و شامل سه محور اصلی می باشد:

\* عملکرد اجتماعی  
\* عملکرد اقتصادی  
\* عملکرد زیست محیطی

1-2- ابتکارات و نوآوری در حوزه های مسئولیت اجتماعی شرکتی

تعریف

نمی توان منتظر بوجود آمدن فرصتهایی استثنائی در محیط خارجی باشیم بلکه باید تلاش کنیم تا با تقویت قوت های درونی مزیت رقابتی جدیدی را برای بنگاه خود خلق کنیم. خلق این مزیت های رقابتی از طریق

---

هماهنگی بین قوت ها و توانایی های درون سازمانی و فرصتهای کوچک یا بزرگ خارجی است. خلاقیت اخلاقی خلاقیت با مقاصد اخلاقی است، خلاقیتی که محصول نهایی اش زندگی بهتر انسان است، اجتماعی و همکارانه.

حوزه ها:

- ابتکارات در محیط کاری کارکنان
- ابتکارات / طرح نوآورانه در توسعه جوامع محلی
- ابتکار/ طرح نوآورانه مشارکت
- ابتکار/ طرح نوآورانه برای حفاظت از محیط زیست
- ابتکار/ طرح نوآورانه در حوزه آموزش
- ابتکار/ طرح نوآورانه تجارت عادلانه

### 2-کمپین های مسئولیت اجتماعی شرکتی

تعریف

کمپین حمایتگری اجتماعی مجموعه‌ای از اقدامات هدفمند در پشتیبانی از یک آرمان یا مسئله یا حل معضلات جامعه میباشد. این کار به دلایل زیر صورت میگیرد

- جلب حمایت برای یک آرمان یا مسئله.
- اثرگذاری بر دیگران.
- تلاش برای تغییر قانونی که بر آن اثرگذار است.
- ترویج فرهنگ مسئولیت پذیری اجتماعی و رفتار شهروندی شرکتی.

معیار امتیاز دهی و انتخاب

80% رای مردمی و سازمان های مردم نهاد

20% رای کمیته داوران

### 3-نمایشگاه جانبی روز جایزه مسئولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی

معیار امتیاز دهی و انتخاب

آرای بازدید کنندگان 80%

رای کمیته داوران 20%