

پنج گام برای گزارش دهی خوب در زمینه پایداری

راهنمای کاربردی برای شرکت‌ها



پیشگفتار مترجمین

در سال‌های اخیر نوشته‌های فراوانی در زمینه ابعاد گوناگون موضوع پایداری شرکت‌ها به زبان انگلیسی منتشر شده است. انتخاب یک راهنما از میان منابع موجود برای ترجمه به زبان فارسی کار آسانی نبود ولیکن نویسندگان بنام در بحث پایداری شرکت‌ها در نوشته‌های خود بارها نام راهنمایی را که در دست دارید، ذکر کرده بودند و این نشانه، تاییدی بود بر صحت انتخاب این راهنما برای ترجمه.

موضوع پایداری شرکت‌ها با چنان شتابی در حال تغییر است که تنها راه به روز بودن در این زمینه، مطالعه مداوم منابع جدید می‌باشد. فقط در دو سال اخیر سازمان‌های بسیاری در زمینه پایداری شرکت‌ها ایجاد و یا با یکدیگر ادغام شدند. همچنین اتحادیه اروپا در حال تدوین مقررات جدیدی است که شرکت‌های اروپایی در انتظار انتشار آن‌ها و کسب آمادگی برای تطبیق خود با آن مقررات می‌باشند.

یکی از نتایج این شتاب بالا، پدیدار شدن مفاهیم، اصطلاحات و واژگان جدید و به بیانی

ادبیات نو در بحث پایداری شرکت‌ها بوده است و به همین دلیل مترجمین این راهنما، واژه نامه‌ای را تدوین و به ابتدای این راهنما افزوده‌اند تا خوانندگان درک بهتری از این اصطلاحات تخصصی پیدا کنند. واقعیت این است که در حال حاضر بعضی از این واژه‌ها حتی در منابع انگلیسی معانی تعریف شده دقیقی ندارند، بنابراین واژه‌گزینی در موضوع جدیدی مانند پایداری بویژه پایداری شرکت‌ها بسیار دشوار است، ولی مترجمین تلاش کرده‌اند بر اساس منابع معتبر موجود، تعاریف قابل درکی را گردآوری و به زبان فارسی برگردانند.

نکته دیگر این است که بسیاری از این اصطلاحات تخصصی، معادل فارسی ندارند و مترجمین در این راهنما برای اولین بار واژه‌ها یا ترکیبی از واژه‌ها را برای ترجمه و یا توضیح این اصطلاحات برگزیده‌اند. برای مثال، اصطلاح "متریالیته"^۱ در این راهنما "میزان اهمیت" ترجمه شده است. این ترجمه‌ها شاید از نظر ادبیات فارسی بهترین انتخاب‌ها نباشند ولی به باور مترجمین و به پشتوانه تخصص‌شان در بحث پایداری شرکت‌ها، بهترین معادل‌ها برای انتقال

صحیح مفاهیم و معانی آن‌ها در حال حاضر است. به منظور پیوستگی در ترجمه این راهنما، متن اصلی توسط نگار قدیمی و مطالعات موردی (صفحات کرم‌رنگ) توسط امین سلمانیان ترجمه شده است.

واژه نامه



Sustainable - Sustainability

▪ پایدار - پایداری

برآوردن نیازهای حال، بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای برآوردن نیازهایشان یا فراتر رفتن از محدودیت‌های اکولوژیکی زمین (کمیسون برانتلند^۲). در مبحث اندازه‌گیری تاثیر، اثرات بر مردم در صورتی پایدار هستند که در محدوده قابل قبول تعیین‌شده توسط آستانه‌های اجتماعی باشند، و اثرات بر محیط طبیعی اگر در محدوده قابل قبول آستانه‌های اکولوژیکی باشند، پایدار هستند (برنامه اهداف مبتنی بر علم^۳ و کیت راورث^۴).

Corporate Sustainability

▪ پایداری شرکت

پذیرش مسئولیت و پاسخگویی شرکت‌ها در قبال اثرات ناشی از تصمیمات و فعالیت‌های آن‌ها بر جامعه، محیط‌زیست و اقتصاد، "پایداری شرکت" نامیده می‌شود که از طریق تعیین و کاربرد مجموعه‌ای از ارزش‌ها، ایده‌ها، انتخاب‌ها و فعالیت‌ها محقق می‌گردد. شرکت‌ها موظفند،

در راستای دستیابی به توسعه پایدار، اثرات منفی تصمیمات و فعالیت‌های خود بر جامعه و محیط زیست را به حداقل رسانده و اثرات مثبت مرتبط با فعالیت‌های خود بر جامعه و محیط‌زیست را در راستای اهداف توسعه پایدار افزایش دهند.

Sustainable Business

▪ کسب‌وکار پایدار

کسب‌وکارهایی هستند که دارای کمترین اثرات منفی بر جامعه و محیط‌زیست بوده و به حل چالش‌های اجتماعی و محیط‌زیستی نیز یاری می‌رسانند.

Impact

▪ اثر

اثر، به تاثیری گفته می‌شود که فعالیت‌ها و یا روابط تجاری یک سازمان بر اقتصاد، محیط‌زیست و مردم از جمله بر حقوق انسانی آن‌ها، دارد و یا می‌تواند داشته باشد. این اثرات می‌توانند بالفعل یا بالقوه، مثبت یا منفی، کوتاه یا بلند مدت، عمدی یا غیرعمدی، برگشت پذیر یا برگشت

ناپذیر باشند. این اثرات نشان دهنده سهم سازمان به شکل - مثبت یا منفی- در توسعه پایدار می‌باشند.

significant Impact

▪ اثر قابل توجه (چشمگیر)

یک اثر هنگامی قابل توجه است که تغییرات ایجاد شده ناشی از فعالیت‌های سازمان در وضعیت سلامت و رفاه عمومی و شرایط محیط طبیعی، بزرگ بوده یا تعداد زیادی از افراد را در بر گرفته، برای مدت طولانی ادامه داشته و برای افراد تحت تاثیر مهم باشد.

Stakeholders

▪ ذینفعان

ذینفعان افراد یا گروه‌هایی هستند که منافع آنان تحت تاثیر فعالیت‌های یک شرکت قرار گیرد یا بتواند از آن تاثیر پذیرد. گروه‌بندی رایج ذینفعان برای شرکت‌ها عبارتند از: شرکای تجاری، نهادهای جامعه مدنی، مصرف‌کنندگان، مشتریان، کارمندان و سایر کارکنان، دولت‌ها،

جوامع محلی، سازمان‌های غیردولتی، سهامداران و سایر سرمایه‌گذاران، تامین‌کنندگان، اتحادیه‌های تجاری و گروه‌های آسیب پذیر.

Stakeholder Engagement

▪ تعامل با ذینفعان

شناسایی، تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌ها با یک روش اصولی (یا با پیروی از یک قاعده مشخص) که جهت ارتباط موثر شرکت با ذینفعان خود طراحی شده است. هدف از تعامل با ذینفعان، در نظر گرفتن دیدگاه‌های آنان و پاسخ به دغدغه‌ها و آورده‌های‌شان به شکل استراتژیک و نیز تبیین استراتژی و دیدگاه شرکت است.

Sustainability Vision

▪ چشم‌انداز پایداری

چشم‌انداز پایداری، تصویر ذهنی از آینده مطلوب یک شرکت (سازمان) از بُعد پایداری است که هر یک از اعضای شرکت (سازمان)، آن را تعریف می‌کنند، زیرا در واقع، این چشم‌انداز واقعی

اعضای شرکت (سازمان) است که به انتخاب‌ها و اقدامات آن‌ها جهت می‌دهد. چشم‌انداز نه یک هدف کوچک و خاص، بلکه هدفی فراگیر است.

Sustainability Strategy

▪ استراتژی پایداری

استراتژی پایداری مجموعه‌ای از اقدامات و تعهدات دارای اولویت است که به منظور مدیریت اثرات اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی یا ای‌اس‌جی^۵ طراحی می‌شود، تا با به حداقل رساندن تأثیرات منفی و به حداکثر رساندن اثرات مثبت، هم برای کسب‌وکار و هم برای جامعه ایجاد ارزش نماید. استراتژی پایداری به وضوح بیان می‌کند که چگونه یک سازمان به طیف کاملی از اثرات مهم ای‌اس‌جی، که به نوبه خود خطرات و فرصت‌هایی را برای سازمان ایجاد می‌کند، می‌پردازد. رویکرد استراتژیک باید پیوندهای روشنی با چشم‌انداز و مأموریت کلی شرکت داشته باشد و از دستیابی به نتایج پایدار از طریق برنامه‌های اقدام هدفمند پشتیبانی کند.

Governance

▪ راهبری

عمل یا فرایند راهبری یا نظارت بر کنترل و هدایت چیزی (مانند یک کشور یا سازمان).

Corporate Governance

▪ راهبری شرکتی

چارچوب قوانین و رویه‌هایی که به موجب آن هیئت مدیره مسئولیت، انصاف و شفافیت را، در روابط یک شرکت با همه ذینفعان خود (سرمایه‌گذاران، مشتریان، مدیریت، کارکنان، دولت و جامعه)، تضمین می‌کند.

Sustainability Governance

▪ راهبری پایداری

راهبری پایداری، بر چگونگی تعریف یک سازمان از مسئولیت مدیریت و نظارت بر فعالیت‌ها و عملکرد پایداری خود تمرکز دارد. این بخشی جدایی‌ناپذیر از ساختار کلی راهبری شرکتی است و از ادغام ملاحظات پایداری در تصمیم‌گیری کسب‌وکار پشتیبانی می‌کند.

Sustainability Reporting

▪ گزارش‌دهی پایداری

رویه گزارش‌دهی عمومی یک شرکت در زمینه مهم‌ترین اثرات اقتصادی، محیط‌زیستی و اجتماعی ناشی از فعالیت‌هایش و همچنین مشارکت و اقدامات - مثبت یا منفی - آن در راستای اهداف توسعه پایدار.

Reporting Period

▪ دوره گزارش‌دهی

دوره زمانی مشخصی که توسط اطلاعات ارائه شده در گزارش، پوشش داده می‌شود.

Reporting Boundary

▪ محدوده گزارش‌دهی

محدوده گزارش‌دهی، سازمان‌های گزارش‌دهنده را قادر می‌سازد تا محدوده و گستره نهادهایی که در گزارش ارائه شده است را مشخص نماید. این محدوده به طیفی از نهادها (به عنوان مثال، شرکت‌های تابعه، شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشترک، پیمانکاران فرعی و غیره) اشاره دارد که عملکرد آن‌ها در گزارش نشان داده

می‌شود. یک گزارش پایداری باید در برگزیده تمام نهادهایی باشد که اثرات پایداری قابل توجهی (بالفعل و بالقوه) ایجاد می‌کنند و/یا تمام نهادهایی که سازمان گزارش‌دهنده، با توجه به سیاست‌ها و شیوه‌های مالی و عملیاتی، کنترل یا نفوذ قابل توجهی بر آن‌ها اعمال می‌کند.

Framework

▪ چارچوب

چارچوب‌ها قالبی در زمینه مورد نظر ارائه می‌کنند و معمولاً در غیاب استانداردهای مشخص (تعریف شده) به کار گرفته می‌شوند. چارچوب‌ها میزان انعطاف‌پذیری در تعریف و سمت و سو را ایجاد می‌کنند و نه خود روش‌ها را. یک چارچوب را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از اصول راهنما که افکار عمومی را در مورد یک موضوع خاص شکل می‌دهد در نظر گرفت.

Reporting Framework

▪ چارچوب گزارش‌دهی

چارچوب گزارش‌دهی، اصول راهنما، عناصر محتوایی و مفاهیم اصلی که زیربنای گزارش هستند را عنوان می‌کند اما به الزامات و جزئیات

گزارش‌دهی نمی‌پردازد.

Reporting Standard

▪ استاندارد گزارش‌دهی

استانداردها سطوح توافق شده ای از الزامات کیفی هستند که به کار بستن آن‌ها از طرف شرکت‌های گزارش‌دهنده برای عموم قابل قبول است. استاندارد می‌تواند در برگزیده معیارها و شاخص‌هایی خاص و جزئی باشد از اینکه "چه چیزی" و در کدام موضوع باید گزارش شود.

شرکت‌ها بر اساس استانداردهای گزارش‌دهی اثرات مثبت و منفی ناشی از فعالیت‌های خود را بر محیط زیست، جامعه و اقتصاد اطلاع‌رسانی می‌کنند که شامل الزامات کلی گزارش‌دهی برای تمام نهادهای تجاری و یا الزامات گزارش‌دهی مربوط به موضوع خاص یا صنعت

خاص است.

Metrics

▪ استاندارد اندازه‌گیری

استاندارد اندازه‌گیری برای اندازه‌گیری وضعیت چیزی در یک مقطع زمانی به کار می‌روند. اندازه‌گیری‌های مکرر، امکان تعیین تغییرات را در طول زمان فراهم می‌کنند.

Key Performance Indicators (KPIs)

▪ شاخص‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی‌ز)

شاخص‌های کلیدی عملکرد به مجموعه‌ای از شاخص‌های اندازه‌گیری کمی اشاره دارد که برای سنجش عملکرد کلی بلندمدت یک شرکت استفاده می‌شود. کی‌پی‌آی‌ز به طور خاص به تعیین دستاوردهای استراتژیک، مالی و عملیاتی یک شرکت، به ویژه در مقایسه با سایر کسب‌وکارها در همان بخش، کمک می‌کنند. در بحث پایداری نیز برای پایش عملکرد شرکت از نظر پایداری از شاخص‌های کلیدی عملکرد

استفاده می‌شود.

Key Performance Narratives (KPNs)

▪ روایت‌های کلیدی عملکرد

کی‌پی‌ان‌ز یا روایت‌های کلیدی عملکرد مستقیماً با شاخص‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی‌ز) در ارتباط بوده و روندهای گذشته و آینده عملکرد را شرح می‌دهند.

Benchmark

▪ معیار

سنجش چیزی از طریق مقایسه با نقطه مرجع. برای امکان مقایسه عملکرد در تحلیل‌هایی با واحدهای متفاوت، تعیین یک واحد مشترک (با استفاده از رتبه‌بندی یا ارزش گذاری) برای عملکرد، ضروری است.

Environmental, Social, and Governance (ESG)

▪ محیط زیستی، اجتماعی و راهبری (ای‌اس‌جی)

ای‌اس‌جی (محیط زیستی، اجتماعی و راهبری) به سه بخش اصلی در اندازه‌گیری پایداری و اثرات اجتماعی سرمایه گذاری در یک شرکت یا کسب‌وکار اشاره می‌کند، این معیارها به

مشخص شدن بهتر عملکرد مالی آتی شرکت‌ها کمک می‌کند. به بیان دیگر، ای‌اس‌جی، مجموعه‌ای از استانداردها برای فعالیت‌های یک شرکت است که سرمایه‌گذارانی که به مسائل اجتماعی توجه می‌کنند، از آن‌ها برای بررسی و ارزیابی سرمایه‌گذاری‌ها استفاده می‌کنند. معیارهای محیط‌زیستی به چگونگی عملکرد یک شرکت در حفظ محیط طبیعی می‌پردازد. معیارهای اجتماعی چگونگی مدیریت روابط یک شرکت با کارکنان، تامین‌کنندگان، مشتریان و جوامعی که در آن فعالیت می‌کند را بررسی می‌کند. راهبری نیز با مدیریت شرکت، میزان درآمد مدیران ارشد، حساسی و مدیریت داخلی و حقوق سهامداران سروکار دارد. در سال گذشته بعضی از کتاب‌های تخصصی در زمینه پایداری شرکت‌ها اصطلاح ای‌اس‌جی و پایداری شرکت را به شکل مترادف نیز به کار برده‌اند.

▪ گزارش ای‌اس‌جی

گزارش ای‌اس‌جی گزارشی است که توسط یک شرکت یا سازمان در مورد اثرات محیط زیستی، اجتماعی و راهبری (ای‌اس‌جی) فعالیت‌های آن شرکت منتشر می‌شود. این گزارش شرکت را قادر می‌سازد تا در مورد ریسک‌ها و فرصت‌هایی که با آن مواجه است شفاف‌تر باشد.

ESG Report

ESG Disclosure

(Environmental, Social, Governance Disclosure)

▪ انتشار داده‌های ای‌اس‌جی

(انتشار داده‌های محیط زیستی، اجتماعی، راهبری)

این اصطلاح به انتشار اطلاعات مربوط به عملکرد محیط زیستی، اجتماعی و راهبری یک شرکت اشاره دارد. چنین اطلاع‌رسانی‌هایی، سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان را قادر می‌سازد تا با شناسایی شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری در آن‌ها ممکن است با ریسک همراه باشد یا از نظر پایداری یا ای‌اس‌جی عملکرد پایینی داشته باشند، تصمیمات آگاهانه‌ای اتخاذ نمایند.

▪ راهبری ای‌اس‌جی

فرآیندهای رسمی ایجاد شده توسط هیات مدیره یک شرکت برای اطمینان از نظارت بر مسئولیت‌های شرکت در قبال اثرات اجتماعی، محیط زیستی و اقتصادی آن و همچنین تضمین دستیابی به تعهدات پایداری آن شرکت.

ESG Governance

▪ اطلاعات مهم

اطلاعات زمانی مهم است که منطقی انتظار رود حذف، تحریف یا پنهان ساختن آن‌ها بر تصمیماتی که کاربران اصلی، بر اساس اطلاعات گزارش شده می‌گیرند، تاثیر داشته باشند.

Material Information

Material Issues - Material Topics

▪ مسائل مهم - موضوعات مهم

مسئله مهم، موضوعی است که به طور اساسی بر ارزیابی‌ها و تصمیمات ذینفعان تاثیر گذاشته و یا اثرات قابل توجه اقتصادی، محیط زیستی و اجتماعی سازمان را منعکس کند.

▪ میزان اهمیت

متریالیته یا میزان اهمیت عبارت است از فرآیند شناسایی، تعریف و اولویت بندی مسائل ای‌اس‌جی یا پایداری برای یک کسب‌وکار. این فرآیند با شناسایی موضوعاتی که بیشترین اهمیت را دارند، به کاهش ریسک‌های کسب‌وکار و بهینه سازی اثرات اجتماعی، محیط زیستی و اقتصادی آن کمک می‌کند.

Materiality

Materiality Assessment

▪ ارزیابی میزان اهمیت

فرآیند تعیین موضوعات مهم از طریق شناسایی و ارزیابی مداوم اثرات سازمان. شناسایی و ارزیابی اثرات شامل تعامل با ذینفعان و کارشناسان مربوطه است و مستقل از فرآیند گزارش‌دهی پایداری انجام می‌شود. ارزیابی میزان اهمیت، نخستین گام بدیهی و مهم در مدیریت ای‌اس‌جی است. از بسیاری جهات، این فرآیند به عنوان بخش اصلی مدیریت ای‌اس‌جی و گزارش‌دهی در نظر گرفته شده، چنانکه یک شرکت را قادر می‌سازد تا موضوعات مهم را به عنوان موضوعاتی که می‌توانند موفقیت آینده شرکت را تحت تاثیر قرار دهند یا موضوعاتی که برای ذینفعان اهمیت دارد، مشخص نماید.

Materiality Matrix

▪ ماتریس میزان اهمیت

ماتریس میزان اهمیت به تجسم یافته‌های ارزیابی میزان اهمیت کمک می‌کند. در حال حاضر روش‌های گوناگونی برای نشان دادن آنچه برای گزارش‌دهی و استراتژی مهم است، وجود دارد.

Dual Materiality - Double Materiality

▪ میزان اهمیت دوگانه - میزان اهمیت مضاعف

یک جنبه از "میزان اهمیت" بر تأثیر مسائل پایداری بر عملکرد مالی شرکت تمرکز دارد، در حالی که جنبه دیگر بر تأثیر بیرونی اقدامات و فعالیت‌های تجاری شرکت بر اقتصاد، محیط زیست، مردم و حقوق بشر متمرکز است. بهترین گزینه، ماتریسی است که هر دو بُعد "میزان اهمیت" را که به عنوان میزان اهمیت دوگانه یا میزان اهمیت مضاعف نیز شناخته می‌شود، دربرگیرد.

Threshold

▪ آستانه

سطح یا گستره‌ای از عملکرد، که عملکرد پایدار را از ناپایدار متمایز می‌سازد. این گستره‌ها با توجه به هنجارهای اجتماعی یا حدود سیاره‌ای^۶ (مرزهای سیاره‌ای) که از طریق تحقیقات علمی شناسایی شده‌اند، تعیین می‌شوند.

Integrated Reporting

▪ گزارش‌دهی یکپارچه

گزارش‌دهی یکپارچه آی‌آر، چارچوبی برای گزارش‌دهی سازمانی است که در آن اطلاعات مالی و پایداری سازمان در قالب یک گزارش و به صورت یکپارچه درآمده‌اند.

Assurance

▪ تضمین

تضمین عبارت است از، روش‌ها و فرآیندهای مورد استفاده برای ارزیابی اطلاع‌رسانی سازمان‌ها در مورد عملکرد، سیستم‌های پایه، داده‌ها و فرآیندهای اصلی آن‌ها، بر اساس معیارها و استانداردهای مناسب به منظور افزایش اعتماد به اطلاعات، برای استفاده در تصمیم‌گیری‌ها. نتایج این ارزیابی‌ها در یک جمع‌بندی کلی به نام بیانیه تضمین به اشتراک گذاشته می‌شود.

۶- این تعریف اشاره به مفهوم مرزهای سیاره‌ای دارد. برای اطلاعات بیشتر این لینک را ببینید:
<https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries/the-nine-planetary-boundaries.html>

پنج گام برای گزارش دهی خوب در زمینه پایداری

راهنمای کاربردی برای شرکت‌ها

نوامبر ۲۰۲۰

درباره این گزارش

این گزارش بر اساس تجارب کاری بسیار بی‌اس آر^۷ در زمینه تهیه گزارش پایداری با شرکت‌ها، مروری بر تحقیقات پیشین و انجام مصاحبه با شرکت‌های عضو می‌باشد. هرگونه اشتباه در این گزارش متوجه نویسندگان آن است. لطفا پیشنهادات و پرسش‌های خود را به آدرس ایمیل connect@bsr.org ارسال نمایید. این گزارش نتیجه تحقیق و نگارش نینا هچ^۸ و آدم فیشرمن^۹ می‌باشد، همچنین از نظرات دانستن آلیسون هپ^{۱۰} در تدوین آن استفاده شده است. نویسندگان، قدردان شرکت‌های همکاری کننده در مطالعات موردی، به دلیل به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌شان و مشارکت در اجرای این کار هستند.

سلب مسئولیت

بی‌اس آر، در راستای کمک به درک نقش کسب‌وکار در جامعه و روندهای مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت (سی‌اس‌آر^{۱۱}) و روش‌های کسب‌وکار مسئولانه، مقالاتی چاپ کرده است. خط مشی بی‌اس آر این است که، نماینده شرکت‌های عضو خود نبوده، همچنین سیاست‌ها و استانداردهای خاصی را تایید نمی‌کند. دیدگاه‌های بیان شده در این متن نظرات نویسندگان بوده و منعکس کننده دیدگاه‌های شرکت‌های عضو بی‌اس آر نمی‌باشند.

فهرست

مقدمه

گام یک: اولویت‌ها را تعیین و استراتژی تدوین کنید.

- ۱-۱ میزان اهمیت: باز بینی کنید.
- ۲-۱ استراتژی، محورهای اصلی، مقصد نهایی و اهداف را تدوین کنید.
- ۳-۱ معیار: شرکت‌های مشابه چه می‌کنند؟

گام دو: ساختار بسازید و داده‌ها را جمع‌آوری کنید.

- ۱-۲ مخاطبان اصلی گزارش را شناسایی کنید.
- ۲-۲: کمبودها را بر اساس استانداردها و چارچوب‌ها ارزیابی کنید.
- ۳-۲: رؤس مطالب محتوا را با کیفیت بالا و بر اساس مسائل مهم و اولویت‌های استراتژیک تنظیم کنید.
- ۴-۲: ساختار راهبردی برای گزارش‌دهی مشخص کنید.

گام سه: محتوا را شرح داده و بازبینی کنید.

- ۱-۳: داده‌ها را جمع‌آوری کنید.
- ۲-۳: پیش‌نویس بنویسید و بازبینی کنید.
- ۳-۳: استانداردهای لازم را به کار برید - یک فهرست ایجاد کنید.
- ۴-۳: تاییدیه‌های نهایی را کسب کنید.

گام چهار: گزارش را نهایی کرده و اطلاع‌رسانی کنید.

- ۱-۴: برای تدوین گزارش پایداری با روابط عمومی تماس بگیرید.
- ۲-۴: گزارش را منتشر کرده و در داخل و خارج شرکت اطلاع‌رسانی کنید.

گام پنج: آموخته‌ها را مرور کرده و فرایند گزارش‌دهی را تکرار کنید.

- ۱-۵: فرایند را بازبینی کنید: عملکرد شما چگونه بود؟
- ۲-۵: رویکرد / برنامه گزارش‌دهی دراز مدت تنظیم کنید.

نظرات پایانی

مقدمه

تهیه گزارش پایداری و انتشار داده‌های محیط زیستی، اجتماعی و راهبری (ای‌اس‌جی^{۱۲}) در سطح جهانی در حال افزایش است. در سال ۲۰۱۱، بیست درصد از پانصد شرکت‌اس‌اند‌پی^{۱۳} گزارش پایداری منتشر کردند^{۱۴} و هشت سال بعد در سال ۲۰۱۹، این رقم به نود درصد رسید. ارائه گزارش پایداری زمانی اقدامی داوطلبانه و قابل تقدیر^{۱۵} به شمار می‌آید، در حالی که امروزه انتظار می‌رود همه شرکت‌ها، گزارش پایداری منتشر کنند. به باور بی‌اس‌آر^{۱۶}، انتشار گزارش پایداری دو دستاورد مهم داشته است: تصمیم‌گیری آگاهانه توسط ذی‌نفعان و بهبود عملکرد شرکت‌ها از نظر پایداری. در عین حال شرکت‌ها در انتشار اطلاعات خود، در داخل و خارج شرکت منافع واضحی دارند.

در حال حاضر انتظار از شرکت‌ها برای گزارش‌دهی در حال افزایش است. گزارش‌دهی پایداری به شرکت‌ها کمک می‌کند تا الزامات

انتشار داده‌ها - خواه قانونی، مرتبط با بیمه، یا ویژه مشتری- را برآورده کرده و سبب بهبود روابط با ذینفعانی شود که انتظار دارند و یا علاقمند هستند داده‌های پایداری شرکت در اختیارشان قرار گیرد. گزارش‌دهی، اطلاعات مهمی در اختیار ذینفعان قرار می‌دهد تا عملکرد شرکت را ارزیابی کرده و تصمیم‌گیری کنند (به عنوان مثال آیا سرمایه‌گذاری در آن شرکت عاقلانه است). گزارش‌دهی همچنین به شرکت‌ها کمک می‌کند تا اعتبارشان افزایش یافته و اعتماد عمومی را جلب کنند. نهایتاً سرمایه‌گذاران به طور فزاینده‌ای از شرکت‌ها می‌خواهند که خطرات و فرصت‌های پایداری شان را به شکل استاندارد شفاف کنند^{۱۷}. گزارش‌دهی پایداری نه تنها به این انتظارات پاسخ می‌دهد، بلکه بر دوزنمای کاهش هزینه‌ی سرمایه به سبب عملکرد شرکت در زمینه پایداری تأکید می‌کند.

در خود شرکت‌ها، گزارش‌دهی پایداری می‌تواند عملکرد شرکت را در زمینه پایداری،

شفاف کرده و بهبود بخشد. گزارش‌دهی به شفاف ساختن اولویت‌های راهبردی کمک می‌کند، این که چگونه این اولویت‌ها در اولویت‌های کسب‌وکار گنجانده می‌شوند و همچنین برای تعیین استراتژی‌ها، رسیدن به اهداف یا همسویی با شرکت‌های مشابه چه بخش‌هایی به تغییر، بهبود مستمر و یا نوآوری نیاز دارند. انتشار داده‌ها بر اساس موارد مورد انتظار چارچوب‌های گزارش‌دهی، نیاز به شناسایی ریسک‌ها و فرصت‌های مهم پایداری دارد، که به افزایش آگاهی و مدیریت موارد آسیب‌پذیر کمک می‌کند. گزارش‌دهی می‌تواند شرکت‌ها را نسبت به مسائل یا روندهای جدید آگاه کند و امکان مدیریت زودهنگام خطرات را فراهم کرده و در زمان فرصت‌ها عملکرد بهتری داشت. در نهایت، تأکید بر برنامه‌های جدی پایداری، سبب جذب افراد با استعداد و هدفمند، ماندگاری نیروی کار و نیز افزایش انگیزه کارکنان می‌شود^{۱۸}.

حال چگونه می‌توان گزارش پایداری خوبی

12-Environmental, Social, and Governance (ESG)

13- S&P 500 companies یک شاخص بازار سهام است که عملکرد 500 شرکت بزرگ فهرست شده در بورس‌های ایالات متحده را ردیابی می‌کند. از این فهرست جهت قیاس در معاملات، خرید و فروش سهام و نیز جهت ارزیابی عملکرد شرکت‌های بزرگ استفاده می‌شود.

14-<https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-06-04/going-greener-can-get-you-cheaper-loans-at-this-dutch-bank#xj4y7vzkg>

15- Business for Social Responsibility (BSR) سازمان جهانی غیرانتفاعی با شبکه‌ای متشکل از بیش از 250 شرکت عضو و شرکای دیگر است که برای ساختن جهانی عادلانه و پایدار تلاش می‌کند. بی‌اس‌ار با دفاتر خود در آسیا، اروپا و آمریکای شمالی، از طریق مشاوره، تحقیق و همکاری بین‌بخشی، بر گسترش استراتژی و راه‌حل‌های تجاری پایدار، تمرکز دارد. برای آگاهی بیشتر سایت www.bsr.org را ببینید.

16-<https://hbr.org/2016/10/the-comprehensive-business-case-for-sustainability>

17-<https://www.bloomberg.com/professional/blog/demand-esg-investing-grows-need-high-quality-data/>

تدوین کرد؟ تجارب مشاوران و پژوهشگران پایداری بی‌اس آر، نشان داده است که در بهترین گزارش‌های پایداری، ده اصل در زمینه محتوا و کیفیت رعایت می‌شود. این اصول ویژگی‌های چندین استاندارد و چارچوب‌های مهم گزارش‌دهی را ترکیب کرده و از آن بهره می‌برد، از جمله: جی‌آرآی (که قبلاً نام آن ابتکار گزارش‌دهی جهانی بوده است^{۱۸})، هیئت استانداردهای حسابداری پایداری (اس‌آی‌اس‌بی^{۱۹})، شورای بین‌المللی گزارش‌دهی یکپارچه (آی‌آی‌آرسی^{۲۰}) و کارگروه اطلاع‌رسانی درباره سرمایه‌گذاری مرتبط با اقلیم (تی‌سی‌آف‌دی^{۲۱}). این اصول در تمام روندهای گزارش‌دهی کاربرد دارند و در قسمت‌هایی از این راهنما که با موضوعات ارتباط بیشتری دارند نیز مشخص شده‌اند. استفاده از این راهنمای پنج مرحله‌ای و اجرای این اصول به شما در دستیابی به بهترین گزارش کمک خواهد کرد.

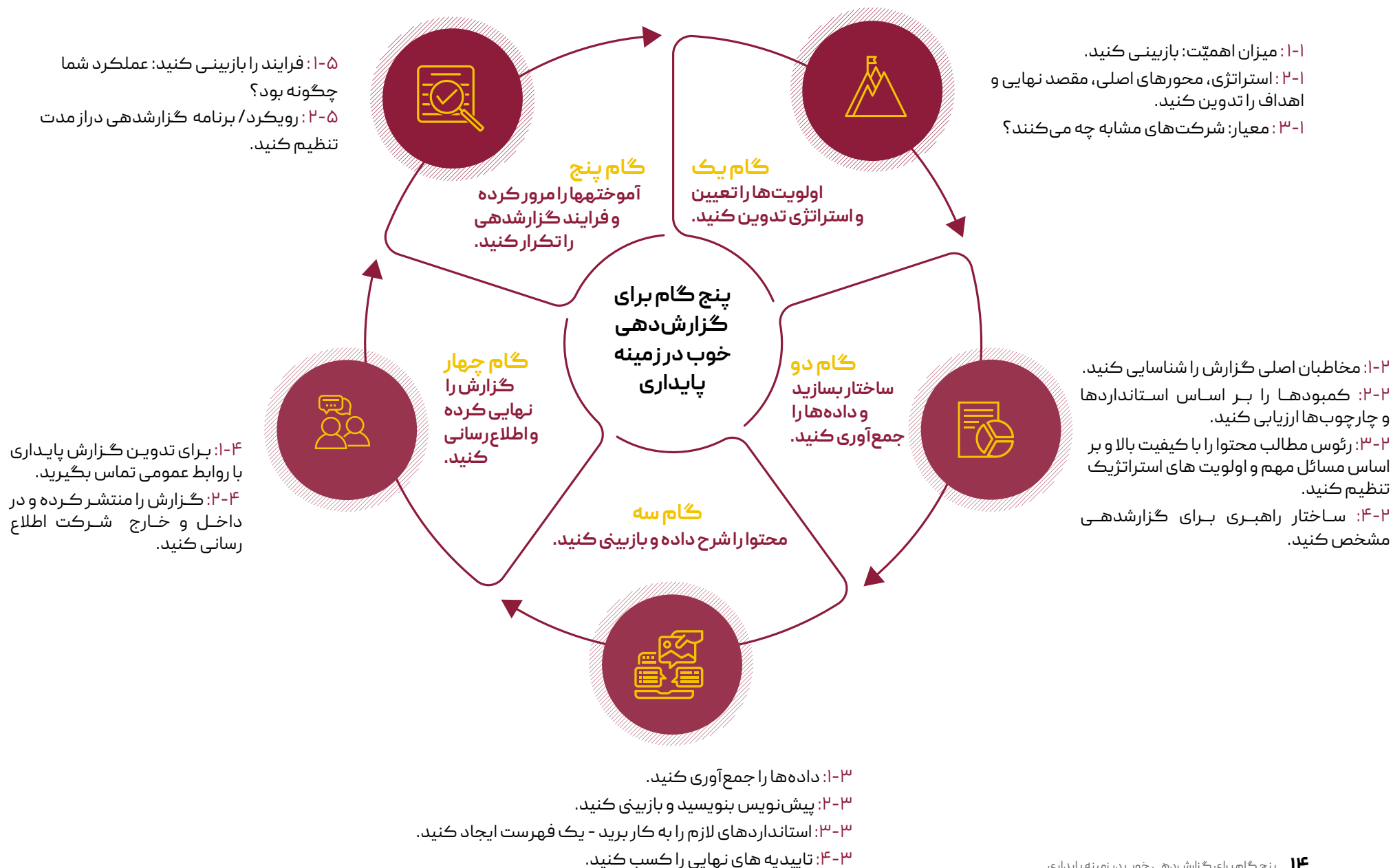
18-GRI (formerly Global Reporting Initiative)

19-The Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

20-International Integrated Reporting Council (IIRC)

21-Taskforce on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

پنج گام برای گزارش‌دهی خوب در زمینه پایداری



ده اصل گزارش دهی خوب بی‌اس آر

محتوای گزارش

اصل پنج
کامل بودن

گزارش به تمام مسائل مهم، بر اساس اهمیت برای کسب و کار و ذینفعان، با عمق و جزئیات مناسب اشاره می‌کند. دوره^{۳۷} و محدوده گزارش دهی^{۳۸} به روشی بیان و به اندازه کافی گسترده است، تا امکان ارزیابی دقیق عملکرد اقتصادی، محیط زیستی و اجتماعی را بدهد.

اصل چهار
شاخص‌های کلیدی عملکرد و روایت‌ها

گزارش‌های خوب، شاخص‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی‌ز)^{۳۵} و روایت‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌ان‌ز) ارائه می‌کنند. روایت‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌ان‌ز)^{۳۶} با شاخص‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی‌ز) به طور مستقیم مربوط هستند و روندهای گذشته و آتی عملکرد را شرح می‌دهند.

اصل سه
زمینه پایداری

خوانندگان می‌توانند عملکرد شرکت را در ابعاد گسترده‌تر پایداری، مانند دستیابی به اهداف توسعه پایدار، مسیر دو درجه‌ای تغییرات اقلیم و تحقق جهانی حقوق بشر، درک و تحلیل کنند. بسته به شرکت، زمینه پایداری، می‌تواند بُعد محلی، ملی، منطقه‌ای یا جهانی داشته باشد.

اصل دو
راهبردی و آینده نگر

مانند گزارش دهی مالی، گزارش دهی پایداری، هم خلاصه‌ای از دوره گزارش دهی همچنین توضیح روشنی درباره استراتژی، اهداف، برنامه‌ها و جهت حرکت ارائه می‌کند.

اصل یک
میزان اهمیت و خلاصه نویسی

گزارش دهی، متمرکز، خلاصه و براساس مسائل مهم تعیین شده توسط انجام ارزیابی‌های منظم ذینفعان مختلف، می‌باشد. اطلاعات ارائه شده، ساختار و الگویی دارد که برای مخاطبان مورد نظر خود مناسب‌ترین حالت را دارد، برای ثبات و امکان مقایسه، مخاطبین را به استانداردهای مرتبط (آی‌آر‌سی^{۳۲}، ای‌اس‌ای‌سی بی^{۳۳}، جی‌آر‌آی^{۳۴} و غیره) ارجاع می‌دهد. گزارش شرح می‌دهد که در کدام بخش از زنجیره ارزش، مسئله مهمی وجود دارد.

چشم انداز بی‌اس آر

کیفیت گزارش

اصل ده
پیوستگی اطلاعات

اطلاع‌رسانی‌های پایداری کلی شرکت، متناسب با مثلث گزارش دهی بی‌اس آر است (صفحه ۱۳۰). قسمت بالایی مثلث شامل اطلاعاتی مختصر برای مخاطبان گوناگون می‌باشد، هرچه به پایین مثلث حرکت کنید، مخاطبان مورد نظر به افرادی با تخصص در زمینه‌های خاص محدود می‌شوند. با اینکه هر یک از انواع گزارش‌ها، برای مخاطبین مختلفی مناسب هستند، ولی در عین حال همچون قسمت‌های مختلف یک مثلث کامل، به یکدیگر متصل هستند.

اصل نه
ثبات و قابلیت مقایسه

گزارش‌ها، سالانه، در فرمت‌هایی که امکان مقایسه بین سال‌ها را ممکن می‌کنند، منتشر می‌شوند، تا خواننده بتواند پیشرفت شرکت را در طول زمان تشخیص دهد. همچنین، استانداردهای اندازه‌گیری، می‌بایست هم تراز با بهترین روش‌ها در صنعت و ابعاد جهانی باشند، تا مقایسه بین شرکت‌ها امکان پذیر باشد. چارچوب‌ها و استانداردها، مانند آی‌آی‌آر‌سی^{۳۵}، ای‌اس‌ای‌سی بی^{۳۳} و غیره راهنمایی‌های مفیدی در این زمینه ارائه می‌کنند.

اصل هشت
تضمین

داده‌های پایداری، می‌بایست به همان سطح دقت داده‌های مالی، بررسی شوند. داده‌های کمی و گزارش‌های مرتبط شرکت، در صورت امکان می‌بایست توسط اشخاص ثالث بی‌طرف تایید شوند. گزارش پایداری با دقت و شفافیت هرگونه بررسی خارج سازمانی دریافتی را نیز شرح می‌دهد.

اصل هفت
تعادل

گزارش، بحث متعادلی از موفقیت‌ها، چالش‌ها و کمبودها را ارائه می‌کند. گزارش‌های خوب همچنین آموخته‌ها، بهترین شیوه‌ها و برنامه‌ها برای بهبود عملکرد در آینده را به اشتراک می‌گذارند.

اصل شش
تعامل با ذینفعان^{۳۹}

ذینفعان اصلی داخلی و خارجی شرکت بر اساس برنامه منظم و ساختارمند شناسایی شده و با آنان تعامل می‌شود. نتایج این تعاملات به طور شفاف، اطلاع رسانی می‌شوند و پاسخ‌های شرکت، به بازخوردها روشن است.

چشم انداز بی‌اس آر

گام یک

اولویت‌ها را تعیین و استراتژی تدوین کنید.



نخستین گام، تماماً درباره درک کامل مفاهیم اصلی است.

در این مرحله، می‌باید:

- ارزیابی میزان اهمیت^{۳۳}، را کامل کرده یا بازبینی کنید که در آن هم اثرات مسائل پایداری بر کسب‌وکار و هم اثرات کسب‌وکار بر خارج از سازمان، در نظر گرفته می‌شود.
- استراتژی پایداری، شرکت را تدوین کرده یا به روز کنید و برای مسائل مهم^{۳۴}، چشم انداز و هدف تدوین کنید.
- به دنبال درک چگونگی عملکرد و گزارش‌دهی هم‌تایان خود باشید.

اگر برای اولین بار گزارش‌دهی می‌کنید، گام ۱-۱ را ادامه دهید. برای شرکت‌هایی که قبلاً گزارش پایداری نوشته‌اند، فرایند را با بازبینی چرخه گزارش‌دهی از سال‌های گذشته آغاز کنید. آنچه را که درست انجام شده و چیزهایی را که درست انجام نشده، شناسایی کنید فرآیند جدید را متناسب با این موارد اصلاح کنید. در صورت نیاز، از مواردی که نیاز به تغییر ندارند، بگذرید. فرایند گزارش‌دهی، مسیری است که نیاز به بهسازی مداوم دارد.

۱-۱ میزان اهمیت: باز بینی کنید

میزان اهمیت و
خلاصه نویسی

ارزیابی میزان اهمیت، به شرکت‌ها کمک می‌کند، تا مسائل پایداری را که کسب‌وکار ممکن است بر آن‌ها اثرگذار باشد و مواردی را که بر کسب‌وکار اثر می‌گذارند، شناسایی کنند.

تعامل با ذینفعان

ارزیابی میزان اهمیت به شرکت‌ها کمک می‌کند، تا در زمینه اولویت‌های پایداری، همسویی داخلی ایجاد کرده، تصمیمات در خصوص سرمایه‌گذاری برنامه را اطلاع‌رسانی کنند و می‌تواند به عنوان اساس استراتژی‌های پایداری تاب آور عمل کند. فرایند تعیین میزان اهمیت^{۳۵} باید با تعامل با ذینفعان خارجی باشد، که می‌توانند به شناسایی محل تاثیرات (یا اثرات بالقوه) شرکت و نحوه بروز آن‌ها کمک کنند. این

تعاملات همچنین برای ایجاد ارتباطات و پذیرش استراتژی و برنامه‌های پایداری شرکت مفید است. ارزیابی میزان اهمیت، مشخص نمی‌کند که شرکت چگونه باید یک مسئله را مدیریت کند، یا عملکرد شرکت چقدر خوب بوده است. این ارزیابی‌ها، "یکبار برای همیشه" نیستند و برای پرداختن برای مسائل نوپدید و مباحث کسب‌وکار باید به طور منظم (هر دو تا سه سال) به روز شوند زیرا - همان‌گونه که کووید ۱۹ نشان داد - شرایط می‌تواند به سرعت تغییر یابد.

ارزیابی‌های میزان اهمیت، اساس گزارش‌دهی پایداری را شکل می‌دهند. گزارشگران باید فرایند گزارش‌دهی را با انجام ارزیابی میزان اهمیت آغاز کنند یا ارزیابی‌های موجود را بازبینی و به روز کنند.

روش‌های گوناگونی برای انجام ارزیابی میزان اهمیت وجود دارد. کامل‌ترین ارزیابی‌ها، دیدگاه‌های متفاوت داخلی و خارجی شرکت را در نظر گرفته و تحلیل‌های کیفی و کمی را ترکیب می‌کنند. دو استاندارد مهم گزارش‌دهی، جی آر آی^{۳۶} و ای‌ای‌اس بی^{۳۷}، دو رویکرد متفاوت ولی در عین حال مکمل برای تعیین موضوعات مهم دارند. اگر قصد دارید بر اساس یک یا هر دو استاندارد گزارش دهید، باید این موارد را در نظر بگیرید.

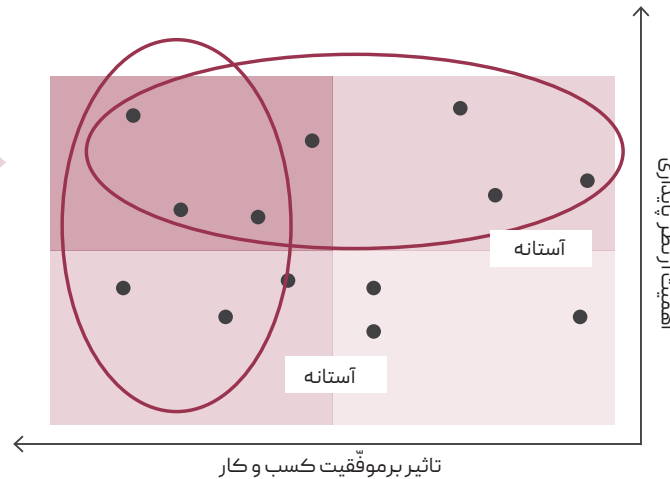
تعریف میزان اهمیت از نظر ای‌ای‌اس بی، روی تاثیر مسائل پایداری بر عملکرد مالی شرکت تمرکز می‌کند، در حالی که، جی آر آی، بر اثرات بیرونی عملکردهای شرکت و فعالیت کسب و کار بر اقتصاد، محیط زیست، مردم و حقوق بشر متمرکز است. ما بر این باوریم که بهترین روش جدید، ماتریسی خواهد بود که هر دو بُعد میزان اهمیت را که به آن میزان اهمیت دوگانه^{۳۸} یا میزان اهمیت مضاعف^{۳۹} می‌گویند، در برگیرد. این روش دو رویکرد مکمل در میزان اهمیت را آشکارا از هم متمایز کرده و ارتباط بین آن‌ها را نشان می‌دهد.

موضوعات مهم محیط زیستی و اجتماعی: اثرات خارجی شرکت.

- مخاطبان: جامعه مدنی
- استاندارد: جی آر آی
- رسانه‌ها: گزارش پایداری

موضوعات مهم مالی: مواردی که بر ارزش شرکت تاثیر می‌گذارند.

- مخاطبین: سرمایه گذاران
- استانداردها: ای‌ای‌اس بی
- تی‌سی‌إف‌دی^{۴۰}
- رسانه‌ها: گزارش سالانه



برای اطلاعات بیشتر درباره این استانداردها و همسویی گزارش‌دهی خود با الزامات آن‌ها، بخش‌های ۲-۲ و ۳-۳ را ببینید.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با پی پل^{۴۱}

چگونه ارزیابی میزان اهمیت^{۴۲} خود را انجام می‌دهید؟

پی پل اخیراً اولین ارزیابی میزان اهمیت خود در زمینه ای‌اس‌جی^{۴۳} (محیط زیستی، اجتماعی و راهبری) را با موسسه ساستین آیلیتی^{۴۴} به پایان رساند. این شرکت یک رویکرد سه مرحله‌ای را برای پی بردن به ریسک‌ها و فرصت‌های ای‌اس‌جی به کار گرفت:

۱) پژوهش و ارزیابی چشم انداز، مرور داده‌های منتشر شده توسط شرکت‌های مشابه، برنامه‌های فعلی شرکت، و چارچوب‌ها و استانداردهای جهانی ای‌اس‌جی (به عنوان مثال ای‌اس‌جی بی^{۴۵}، جی‌آر‌آی، تی‌سی‌اف‌دی، یو‌ان‌جی‌سی^{۴۶}) برای شناسایی ۱۹ موضوع کلیدی.

۲) تهیه فهرست ذینفعان و تعامل با آن‌ها، تعامل با بیش از ۱۳۰ ذینفع داخلی و خارجی، از جمله اعضای تیم ارشد رهبری پی پل، کارمندان

آن شرکت در سطح جهانی، کارشناسان وضعیت مالی، سازمان‌های غیردولتی، مشتریان، گروه‌های تجاری کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران. این مرحله شامل نظرسنجی ادراکی مدیریت سازمانی با ۲۴ سرمایه‌گذار جهانی برای درک چگونگی توجه آن‌ها به عوامل ای‌اس‌جی در تصمیم‌گیری خود و نظرات آن‌ها در مورد برنامه‌ی جاری و آینده شرکت پی پل در زمینه ای‌اس‌جی می‌باشد.

۳) تجزیه و تحلیل و اولویت‌بندی موضوعی، مدلسازی داده‌ها برای در نظر گرفتن پنج عامل: اثرات کسب‌وکار، نگرانی ذینفعان، عملکرد مشاهده شده، میزان اثر گذاری و تاثیرات اجتماعی/محیط‌زیستی. پی پل همچنین یک کارگاه حضوری برای مرور یافته‌ها و ادغام بازخوردهای بیشتر برگزار کرد که به شرکت در شناسایی هفت موضوع اولویت دار ای‌اس‌جی که برای کسب‌وکار و ذینفعان بسیار مهم است، کمک نمود.

نتایج فرایند میزان اهمیت^{۴۷}، تعیین کننده گام‌های بعدی استراتژی ای‌اس‌جی پی پل همچنین انتشار داده‌ها در آینده هستند.

چرا تصمیم به ارائه ماتریس در گزارش خود گرفتید؟

برای اطمینان از شفافیت در روند و نتیجه، پی پل تصمیم گرفت ماتریس میزان اهمیت را در گزارش اثرات جهانی ۲۰۱۹^{۴۸} منتشر نماید. تعدادی از ذینفعان در گفتمان‌های تعاملی پی پل، به اهمیت اشتراک گذاری روند ارزیابی میزان اهمیت و نتایج آن و توضیح اینکه این موارد چگونه در آینده استفاده خواهند شد، اشاره نمودند. همچنین بیان این نکته برای پی پل اهمیت داشت که، اگرچه طی ارزیابی‌ها هفت موضوع ای‌اس‌جی به عنوان اولویت‌ها مشخص شدند، اما برای برخی ذینفعان همه ۱۹ موضوع اولویت دار اهمیت دارند و از این رو به عنوان بخشی از استراتژی گسترده تر ای‌اس‌جی پی پل باقی می‌مانند.

41-PayPal: پی پل یک شرکت آمریکایی است که در زمینه تجارت الکترونیکی و سامانه انتقال وجه الکترونیکی فعالیت می‌کند. سامانه پی پل پرداخت و انتقال وجه را از طریق اینترنت و به صورت آبی ممکن می‌سازد و جایگزین مناسبی برای شیوه‌های سنتی نقل و انتقال وجه نقد همانند چک و حواله پولی است.

42-Materiality Assessment

43-ESG

44-SustainAbility

45-SASB

46-UNGC

47-Materiality process

48-<https://www.bsr.org/en/decisive-decade>

آیا مواردی مثل کووید ۱۹ یا سایر روندهای نو پدید را در نظر گرفته‌اید؟

ارزیابی میزان اهمیت نشان دهنده یک تصویر مقطعی از زمان است. بنابراین، بخش مهمی از فرآیند در نظر گرفتن پدیده‌های نویی است که می‌تواند بر راهبرد کوتاه تا میان مدت پی‌پل اثرگذار باشند، با اینکه پروژه قبل از آشکار شدن اثرات کووید ۱۹ به پایان رسید، شرکت چند مورد از روندهای نوظهور مرتبط با همه‌گیری را پیشتر شناسایی کرده بود، که این روندها هم اکنون با شتابی بیش از آنچه تصور می‌رفت در حال پیشرفت هستند. این موارد شامل تغییر در وضعیت آینده کار، اهمیت سلامت عمومی کارکنان و رشد نابرابری‌ها در جهان است که همه آن‌ها به صورت مستقیم پی‌پل را تحت تاثیر قرار می‌دهند. علاوه بر این، رشد فزاینده پرداخت‌های دیجیتال و تجارت الکترونیک فرصت‌های بزرگتری را نیز برای مردمی کردن خدمات مالی (دسترسی برابر برای خدمات مالی) و حمایت مردم سراسر جهان در این مقطع زمانی بی‌سابقه برای شرکت فراهم می‌آورد.

۲-۱ استراتژی، محورهای اصلی، مقصد نهایی و اهداف را تدوین کنید

اگر شرکت شما  زمینه‌ی پایداری

استراتژی پایداری^{۴۹}

مشخصی ندارد،

نتایج ارزیابی میزان

اهمیت^{۵۰}، می‌تواند

« استراتژیک و آینده‌نگر »

برای درست کردن استراتژی پایداری شرکت استفاده شود. این استراتژی، نوآوری‌های پایداری شرکت شما را هدایت خواهد کرد: به بهبود اجرای پایداری در مسائل مهم کمک می‌کند و کسب‌وکار را در برابر تنش‌های آتی تاب‌آورتر می‌کند. استراتژی، همچنین به ساده کردن گزارش‌دهی کمک خواهد کرد: ایجاد انسجام و جریان روان اطلاعات، سازماندهی بر اساس محورهای مسائل مهم، همچنین اطلاع‌رسانی به ذینفعان درباره روند پیشرفت نوآوری‌های پایداری را امکان‌پذیر می‌کند.

چشم‌انداز پایداری^{۵۱}، به شرکت کمک می‌کند تا اهمیت استراتژی پایداری خود را به عنوان پیام اصلی شرکت، نشان دهد. چشم‌انداز پایداری، روایتی است که چگونگی ارتباط بین کسب‌وکار اصلی و پایداری را بیان می‌کند.

محورهای اصلی استراتژیک، از چشم‌انداز پایداری حمایت کرده و نشان می‌دهد که کدام

مسائل پایداری مهم هستند. با سازماندهی مسائل مهم مرتبط، به شکل محورهای اصلی، شرکت‌ها می‌توانند ساختار راهبردی مناسب تعیین کنند. این محورها را می‌توان براساس نوع (مثلاً محیط‌زیستی، اجتماعی و راهبردی) واحد کسب‌وکار، میزان ایده‌آل‌گرایی مورد نظر و یا سایر روش‌ها تقسیم‌بندی کرد. صرفاً یک "راه صحیح" برای طبقه‌بندی وجود ندارد. به هر حال برای گزارش‌دهی، استراتژی پایداری، باید ساختار گزارش را مشخص کند (بطوریکه گزارش باید همه مسائل مهم را شامل شود) و روندی

برای ارتباط شفاف تعیین کند. کار بی‌اس آر، با شرکت‌های عضو، اغلب با ارزیابی میزان اهمیت شروع می‌شود، از نتایج برای ایجاد یک استراتژی پایداری تاب‌آور که با استراتژی کسب‌وکار ادغام می‌شود، استفاده می‌کنیم. سپس، استراتژی را با یک رویکرد گزارش‌دهی قوی ترکیب می‌کنیم. این کار، سبب هماهنگی میان ارزیابی میزان اهمیت، استراتژی پایداری و رویکرد گزارش‌دهی شده، بنابراین در همه قسمت‌ها شفافیت و پیوستگی را امکان‌پذیر می‌سازد.

چشم‌انداز پایداری			لایه یک چشم‌انداز شرکت
موضوع شماره سه	موضوع شماره دو	موضوع شماره یک	لایه دوم مربوط به آنچه که شرکت باید روی آن تمرکز کند / آنچه که بیشترین اثر روی آن بوده است / می‌تواند بیشترین اثر را داشته باشد
مسائل مربوط به موضوع	مسائل مربوط به موضوع	مسائل مربوط به موضوع	
اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد	اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد	اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد	لایه سوم در مورد اینکه چگونه یک شرکت اثر می‌گذارد / در آینده اثر بگذارد
برنامه‌ها	برنامه‌ها	برنامه‌ها	
راهبری شرکت، مدیریت و گزارش‌دهی			لایه چهارم در مورد چگونگی مدیریت و راهبری شرکت، همچنین چگونگی نحوه اطلاع‌رسانی پایداری

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با استرازنیکا^{۵۲}

چگونه استراتژی پایداری خود را تدوین کردید؟

استراتژی ما پیش از هر چیز و عمدتاً برگرفته از ارزیابی میزان اهمیت است. آخرین ارزیابی ما (۲۰۱۸) براساس انجام تعامل کامل با ذینفعان بود. نتیجه‌ی این فرآیند، یک استراتژی در برگیرنده‌ی ۱۶ مسئله اولویت دار بود که در سه محور، طبقه بندی و تدوین شد: دسترسی به خدمات درمانی، حفاظت از محیط زیست، اخلاق و شفافیت. در ادامه جهت تعیین میزان آرمان‌گرایی استراتژی‌های خود با هیئت مشاوره پایداری آسترازنیکا کار کردیم. هیئت مشاوره به ما کمک کرد تا استراتژی بلند پروازانه‌ای تدوین کنیم که در آن نمایندگان تمام بخش‌های عملیاتی را گرد آورده و با استراتژی اصلی کسب‌وکار ادغام می‌کند.

چگونه استراتژی پایداری خود را با استراتژی کسب‌وکار خود ادغام می‌کنید؟

پایداری یکی از چهار مولفه اصلی استراتژی کسب‌وکار آسترازنیکا و اولویتی فراگیر در کل

شرکت است. بخش‌های تشکیل دهنده استراتژی کسب‌وکار و پایداری از نظر زمان‌بندی اجرایی، با اهدافی که دستیابی به آن‌ها تا سال ۲۰۲۵ صورت خواهد گرفت، هماهنگ می‌شوند. ما این روند را هر سه ماه یکبار و با استفاده از کارت‌های امتیازی پیگیری می‌کنیم که عملکرد را در ۴ بخش از جمله پایداری، در سطح شرکت بررسی می‌کند. در پایداری، هر مسئله مهم از طریق مجموع ۱۸۰ شاخص کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی^{۵۳}) اندازه‌گیری می‌شود، که در مجموع رتبه‌بندی پایداری کسب و کار را مشخص می‌کند.

ارتباط بین استراتژی و گزارش‌دهی چیست؟

ساختار گزارش پایداری را استراتژی پایداری شکل می‌دهد. در گزارش پایداری، سه بخش، محورهای اصلی استراتژی را بازتاب می‌دهد در زمینه هر موضوع مهم در هر محور نیز بخش مشابهی شامل رویکرد، تعریف، شاخص کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی)، روایات مرتبط و چالش‌های پیش رو را ارائه می‌دهیم. ما معمولاً اطلاعاتی در

مورد موضوعات نوظهور یا موضوعات داغ، خارج از ۱۶ موضوع مهم، را در گزارش وارد نمی‌کنیم، اما در وبسایت به آن‌ها می‌پردازیم. مهمتر از همه، پایش شاخص‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی‌ز) روشی کلیدی برای نشان دادن چگونگی عملیاتی‌سازی استراتژی‌ها است. هر یک از افراد در واحدهای مختلف تجاری و عملیاتی با توجه به ارتباطی که با هر یک از بخش‌های مهم دارند، کار مشخصی را پیش می‌برند که به اجرای استراتژی کمک می‌کند. علاوه بر این، از سال ۲۰۱۸، ما پایداری را در بازبینی‌های مالی که هر سه ماهه در "تیم روابط با سرمایه‌گذار" خود انجام می‌دهیم، گنجانده‌ایم.



"مهمتر از همه، پایش شاخص‌های کلیدی عملکرد (کی‌پی‌آی‌ز) روشی کلیدی برای نشان دادن چگونگی عملیاتی‌سازی استراتژی‌ها است"

برای هر مسئله مهم، در نظر بگیرید چه میزانی از آرمان‌گرایی مناسب است: آیا هدف شما

شخص‌ها و روایت‌های کلیدی

ثبات و قابلیت مقایسه

صرفاً پیروی از قانون و مقررات است، دستیابی به برابری با شرکت‌های دیگر است و یا واقعا متمایز شدن به عنوان یک پیشرو است؟ در چارچوب استراتژی خود، مشخص کنید، کدام یک از مسائل مهم، توسط اهداف و شاخص‌های مناسب به شکل صحیحی مورد توجه قرار خواهند گرفت. تعیین اهداف بلند پروازانه و گفتن از آن‌ها در گزارش، پاسخگویی برای بهتر شدن عملکرد را امکان پذیر می‌کند. برای هر هدف، شاخص‌های کلیدی عملکرد و استانداردهای اندازه‌گیری برای پیش‌عملکرد تعیین کنید. پیش‌شاخص‌های کلیدی عملکرد^{۵۴} و استانداردهای اندازه‌گیری^{۵۵} مرتبط با هر هدف، نه تنها داده‌های مربوط به عملکرد گذشته را نشان می‌دهد، بلکه به مخاطبان نشان می‌دهد که قصد بهبود کدام بخش را دارید. علاوه بر این، به روایتی که توسط شاخص‌های کلیدی عملکرد در گزارش خود عنوان می‌کنید، توجه کنید. بسط روایت‌های مربوط به شاخص‌های کلیدی عملکرد در گزارش، که به آن‌ها "روایت‌های

کلیدی عملکرد"^{۵۶} نیز می‌گویند، به اندازه شاخص‌های کلیدی عملکرد، اهمیت دارد. تعیین شاخص‌های کلیدی عملکرد و استانداردهای اندازه‌گیری اهداف می‌بایست با کارکردهای مربوطه ارتباط مستقیم داشته باشد، به عنوان مثال آیا در حال حاضر، تعداد حوادث مرتبط با ایمنی را پیش می‌کنید؟ این را به عنوان یک استاندارد اندازه‌گیری استفاده کنید. آیا میزان کاهش پسماند حاصل از فعالیت‌های خود را اندازه‌گیری می‌کنید؟ آن را به عنوان شاخص کلیدی عملکرد انتخاب کنید. برخی از استانداردهای گزارش‌دهی، مانند اس‌ای‌اس بی^{۵۷}،

درباره اینکه چه استانداردهای اندازه‌گیری می‌توانند برای مسائل مهم یا موضوعات منتشر شده استفاده شوند، توصیه‌هایی دارند. اگر مطمئن نیستید چه نوع شاخص‌های کلیدی عملکرد و استانداردهای اندازه‌گیری ای را باید پیش کنید، می‌توانید گزارش‌های پایداری شرکت‌های مشابه خود را بررسی کنید و یا با کارشناسان متخصص هر موضوع (اس‌ام‌ای‌ز)^{۵۸} مشورت کنید. از آنجایی که چشم انداز پایداری دائما در حال دگرگونی است، این کارشناسان برای درک موضوعات جدید و مسائل نوظهور مفید هستند.

درک اینکه نشانه/هدف^{۵۹} به چه معنا است، اهمیت دارد و اینکه بتوان اهداف، شاخص‌های کلیدی عملکرد و استانداردهای اندازه‌گیری را از هم تشخیص داد

استاندارد اندازه‌گیری	شاخص کلیدی عملکرد	هدف	
	کمیتی که به طور مستقیم قابل اندازه‌گیری است و میزان انجام کار را در مقایسه با هدف مورد نظر نشان می‌دهد (مثلا درصد کاهش زباله، درصد دستیابی به میزان صفرزباله)	هدفی که یک سازمان به دنبال دستیابی به آن است و برای تعیین آن اغلب از چارچوب "اسمارت" ^{۶۰} استفاده می‌شود	تعریف
یک استاندارد اندازه‌گیری که با فعالیت‌های مرتبط با شاخص کلیدی عملکرد مرتبط است، یک واحد اندازه‌گیری (مثلا میزان کل زباله بر اساس وزن)	شرایط کنونی: میزان زباله کاهش یافته ۳۰ درصد است	کاهش کل زباله به میزان ۵۰ درصد تا سال ۲۰۲۰	مثال
۴۶۴۱۸ متریک تن زباله ۷.۵۵ متریک تن برای هر واحد (در هر واحد)			

54-Key Performance Indicators (KPIs) 55-Metrics 56-Key Performance Narratives(KPNs) 57-SASB 58-Subject Matter Experts (SMEs) 59-Target / goal
60-SMART) Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timebound (SMART) در تعیین هدف می‌بایست توجه کنیم که هدف مورد نظر مشخص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، واقع بینانه و در یک بازه زمانی مشخص تحقق پیدا کند.

۱-۳ معیار^{۶۱}: شرکت‌های مشابه چه می‌کنند؟

مقایسه کردن، به یک شرکت کمک می‌کند تا عملکردش را بر اساس معیارهای مشخصی، با شرکت‌های مشابه خود مقایسه کند. البته، برای این کار شرکت‌های مشابه می‌بایست عاقلانه انتخاب شوند! در این دهه سرنوشت ساز^{۶۲}، به اقدام جسورانه نیاز داریم. علاوه بر رقبا، مستقیم، شرکت‌هایی را انتخاب کنید که به عنوان پیشگامان صنعت شناخته می‌شوند، تا مطمئن شوید خود را تنها با شرکت‌هایی که عملکرد متوسطی دارند، مقایسه نمی‌کنید. محک زدن با شرکت‌های پیشرو، کمک خواهد کرد تا اهداف بزرگی داشته باشید و از گرایش به عملکرد متوسط دوری کنید، که می‌تواند حرکتی رایج در تهیه گزارش پایداری باشد. پایداری، منبع مزیت رقابتی است و فرصت‌های بیشماری برای متمایز شدن وجود دارد.

مقایسه کردن از ابتدای فرایند گزارش‌دهی، به شرکت کمک می‌کند تا:

- توجه کنید که شرکت‌های دیگر درباره چه موضوعات مهمی اطلاع‌رسانی می‌کنند و چگونه (با استفاده از شاخص‌های کلیدی

عملکرد) اندازه‌گیری انجام می‌دهند.

- کارایی این مسائل و استانداردهای اندازه‌گیری را مقایسه کنید.

- تعیین کنید که پیشروان پایداری چه ویژگی‌هایی دارند و چه مقدار سرمایه‌گذاری برای رسیدن به آن سطح مورد نیاز است.

- برای همکاری که ممکن است از پویایی بازار بی‌اطلاع باشند، یک پروژه تجاری داخلی تعریف کنید.

- ایده‌های خوب را بگیرید و فرصت‌هایی برای نوآوری بیابید.

برای بررسی دوباره عملکرد خود تا کنون و همچنین برای درک اینکه شرکت‌های مشابه از کدام استانداردها و چارچوب‌های گزارش‌دهی، برای گزارش دادن استفاده می‌کنند، می‌توانید از فرآیند مقایسه بهره بگیرید. توصیه می‌کنیم برای گزارش‌دهی، به معیارهای خاصی توجه کنید:

- میزان اهمیت: شرکت روی چه مسائل مهمی تمرکز می‌کند؟ آیا این فرایندی مجزاً و کامل بوده یا با سیستم‌های دیگر ادغام شده است (مانند: مدیریت ریسک شرکت)؟

- استراتژی: چگونه شرکت مسائل مهم خود را در استراتژی جای می‌دهد؟ آیا استراتژی بلند پروازانه است؟ اهداف تعیین شده برای مسائل مهم استراتژیک چه هستند؟ آیا این اهداف اسمارت^{۶۳} هستند؟
- شاخص‌های کلیدی عملکرد/استانداردهای اندازه‌گیری و روایت‌ها: استانداردهای استفاده شده برای اندازه‌گیری میزان پیشرفت در زمینه مسائل مهم کدام است؟ میزان پیشرفت را شرکت چگونه گزارش می‌دهد؟ آیا واحدهای اندازه‌گیری استاندارد شده‌اند یا در صنعت متداول هستند؟
- گزارش‌دهی: شرکت براساس کدام چارچوب‌ها و استانداردها گزارش‌دهی می‌کند و با چه میزانی از انطباق؟ شیوه گزارش چگونه است؟ آیا مخاطب هدف مشخصی وجود دارد؟ شما اکنون تمام اجزای سازنده مورد نیاز برای گزارش‌دهی را دارید، ارزیابی میزان اهمیت، استراتژی پایداری تاب‌آور با اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد و معیاری برای مقایسه خود با شرکت‌های مشابه و پیشرو در صنعت، به منظور اعتبار دادن به عملکردتان.

گام دو

ساختار بسازید و داده‌ها را جمع‌آوری کنید.



گام دوم در فرایند گزارش‌دهی، تماماً مربوط به سازماندهی و ساختاردهی گزارش است. آن چیزی که در این مرحله اهمیت دارد، اطمینان از فرایند روان گزارش‌دهی و محصول نهایی موفق است که ذینفعان اصلی شما بتوانند با آن ارتباط برقرار کنند.

۱-۲ مخاطبان اصلی گزارش را شناسایی کنید.

پیش از شروع تدوین پیش‌نویس، مکث کنید و فکر کنید: چرا این گزارش پایداری را می‌نویسید و کدام مخاطب (یا مخاطبان) را می‌خواهید تحت تاثیر قرار دهید؟ سبک، محتوا و روش‌هایی که اطلاعات را از طریق آن‌ها می‌خواهید منتقل کنید (مثل جدول داده‌ها، تصاویر، نمونه‌های مطالعاتی، روایت طولانی و سایر روش‌ها) باید متناسب با ذینفعان اصلی شما باشد تا اطمینان حاصل کنید که گزارش، مخاطب مورد نظر شما را تحت تاثیر قرار دهد.

مخاطبین گزارش پایداری می‌تواند شامل این موارد باشد:

- سرمایه‌گذاران، وام‌دهندگان، شرکت‌های بیمه، شرکت‌های بیمه اتکایی^{۶۴}
- کارکنان (یا افرادی که ممکن است در آینده استخدام شوند)
- آژانس‌های رتبه‌بندی و درجه‌بندی ای‌اس‌جی^{۶۵}
- مدیریت ارشد و اعضای هیات مدیره
- مشتریان، مصرف‌کنندگان و کاربران
- بخش‌های دولتی (مثلاً قانونگذاران و سیاست‌گذاران)
- بخش‌های مختلف جامعه مدنی (مثلاً سازمان‌های غیر انتفاعی، فعالین، دانشگاهیان و رسانه)
- جوامع محلی

ممکن است گروه خاصی از ذینفعان، دلیل اصلی تلاش‌های گزارش‌دهی شما باشند. شفافیت درباره مخاطبین‌تان می‌تواند شما را در جنبه‌های

دیگر استراتژی اطلاع‌رسانی راهنمایی کند، به عنوان مثال، آیا بهتر است بر اساس استاندارد یا چارچوب خاصی گزارش‌دهی کنید. مثلاً، در سال ۲۰۲۰، سرمایه‌گذاران، علاقه‌زادی^{۶۶} به ای‌اس‌بی^{۶۷} و تی‌سی‌اف‌دی^{۶۸} نشان دادند، درحالی‌که جی‌آر‌آی^{۶۹}، برای طیف گسترده‌تری از ذی‌نفعان مفید است. دیدگاه بی‌اس‌آر^{۷۰} این است که شرکت‌ها می‌بایست از هر یک از این چارچوب‌ها و استانداردها، در کنار یکدیگر، استفاده کنند تا از عملکرد شرکت درباره موضوعات مهم پایداری، دید جامعی بوجود آید. بهترین گزارش‌دهی، فرای بحث مخاطب، شامل ترکیبی هوشمندانه از داده‌ها و روایت‌ها است. به عنوان مثال، سرمایه‌گذاران اغلب به دنبال داده‌های خام عملکرد و شاخص‌های کلیدی عملکرد هستند، که هم مقایسه سال به سال و هم مقایسه با شرکت‌های مشابه را امکان‌پذیر می‌سازد. این بدان معنا نیست که شرکت‌ها می‌بایست روایت توضیح عملکرد خود

۶۴- شرکت بیمه اتکایی یا بیمه مجدد، شرکتی است که شرکت‌های بیمه دیگر را که خود از ضررهای احتمالی مصون نیستند، بیمه می‌کند. طبق قوانین اکثر کشورها، شرکت‌های "بیمه مستقیم" مجبور به عقد قراردادهای بیمه اتکایی هستند تا منافع مشتریان محفوظ بمانند. 65-ESG 66-<https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-ceo-letter> 67-SASB 68-TCFD 69-GRI 70-BSR

مادر عمل

مخاطبین می‌توانند به مرور زمان تغییر کنند

مخاطبین مورد نظر گزارش‌پایداری شما ممکن است از سالی به سال دیگر تغییر کنند. اگرچه، سرمایه‌گذاران، از مخاطبین متداول مورد نظر هستند، سایر گروه‌های ذینفعان، ممکن است پس از تغییر روش‌های کسب‌وکار، استراتژی یا رهبری، اهمیت یابند. به عنوان مثال، ذینفعان داخلی، در گذشته، ذینفعان مهمی برای بسیاری از شرکت‌ها نبوده‌اند، اما افزایش میزان درجات کنشگری کارکنان در سال‌های اخیر و همراه شدن آن با روندهای درخواست برای شفاف‌سازی بیشتر و تمرکز روی مسائل کارکنان به دلیل کووید-۱۹^{۷۴}، به این معنی است که کارکنان در گزارش‌های پایداری بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند.

یا روندها را به خاطر داده‌ها حذف کنند (اصل ۴ را ببینید) ولی به طور کلی اهمیت داده‌های کمی برای سرمایه‌گذاران، نباید نادیده گرفته شود. برعکس، مصرف‌کنندگان، کارکنان یا گروه‌های رسانه ممکن است بیشتر گزارش‌دهی با محوریت انسان را ترجیح دهند، که اطلاعات را علاوه بر عددهای اندازه‌گیری شده، به شکل نمونه‌های مطالعاتی و به شکل روایت منتقل می‌کند و عملکرد مرتبط با داده‌ها را نشان می‌دهند.

نکته دیگر اینکه، اگرچه بیشتر سرمایه‌گذاران و شرکت‌های جمع‌آوری داده، گزارش‌های با فرمت پی‌دی‌اف^{۷۱} را ترجیح می‌دهند که به راحتی قابل جستجو هستند، مخاطبین عام ممکن است میکروسایت^{۷۲} آنلاین پایداری یا گزارش اینتراکتیو^{۷۳} را برای تصمیم‌گیری‌های خود مفیدتر تشخیص دهند. درک صحیح درباره اینکه مخاطب شما کیست، نهایتاً کمک می‌کند تا بهتر با آن‌ها ارتباط پیدا کنید.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با آدوبی^{۷۵}

چگونه مخاطبین گزارش خود را انتخاب می‌کنید؟ چه کسانی در اولویت هستند؟

آدوبی بر اساس مأموریت ما برای تغییر دنیا از طریق تجربه‌های دیجیتال شکل گرفته است. مشتریان، سرمایه‌گذاران، کارکنان فعلی و بالقوه و شرکای اجتماعی همگی ذینفعان ما هستند که به دنبال اطلاعات هدفمند می‌باشند و نکته مهم رساندن اطلاعات صحیح از مسیرهای درست به ذینفعان درست است. برای برقراری ارتباط با ذینفعان، ما از راه‌های مختلفی استفاده می‌کنیم و به این ترتیب همه می‌توانند اطلاعاتی را که نیاز دارند دریافت کنند. سرمایه‌گذاران، مهم‌ترین مخاطبان ما برای گزارش سالیانه مسئولیت اجتماعی شرکت^{۷۶} هستند، زیرا آن‌ها بر اهمیت ویژه اطلاع‌رسانی داده محور^{۷۷} در تصمیم‌های آگاهانه سرمایه‌گذاری خود تاکید کرده‌اند.

چگونه اطلاعات را برای مخاطبین هدف خود ارائه می‌دهید؟ چگونه مشارکت مخاطبین خود را جلب می‌کنید یا به آن‌ها اطمینان می‌دهید که گزارش‌دهی آدوبی در جهت تامین نیازهای مخاطبین ادامه پیدا می‌کند؟

از آنجا که سرمایه‌گذاران برای اتخاذ تصمیمات کلیدی ای‌اس‌جی به دنبال داده و محتوا هستند، تمرکز بخش عمده گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت بر اطلاع‌رسانی داده محور است. تقریباً تمام اطلاعاتی که سرمایه‌گذاران و تحلیلگران سرمایه‌گذاری به دنبال آن هستند، از معیارهای ای‌اس‌جی و داده‌های مربوط به وجود تنوع در استخدام کارکنان گرفته تا اینکه کجا می‌توان داده‌های مرتبط با رعایت قوانین را پیدا کرد، در جدول‌های داده در گزارش قابل دسترسی است. ما همچنین اطلاعات دقیق-تری در مورد مفاهیم کلیدی از جمله حفاظت داده و امنیت سایبری، پایداری، تنوع و شمول، ارائه می‌کنیم که کمک می‌کند تا داده‌های خود را در زمینه‌های مشخص ارائه دهیم و به سرمایه‌گذاران اجازه می‌دهد تصمیمات مناسب سرمایه‌گذاری را اتخاذ کنند.

با روند رو به رشد تقاضا برای انواع اطلاع‌رسانی ای‌اس‌جی که سرمایه‌گذاران به دنبال آن هستند، دو مورد عمده کمک می‌کند که در صدر روندهای گزارش ای‌اس‌جی باشیم:

۱) گوش سپردن به سرمایه‌گذارها و ثبت بازخوردهای آنان (۲) از طریق گروه‌های کاری بی‌اس‌آر مانند حرکت آینده گزارش‌دهی^{۷۸}. بسیاری از سرمایه‌گذاران اظهار می‌دارند که ما بهترین اطلاع‌رسانی ای‌اس‌جی در نوع خود را داریم، در این راستا ما نیز بازخوردهای سرمایه‌گذاران را با بهترین نمونه‌های عملی صنایع ادغام می‌کنیم تا اطمینان حاصل کنیم که گزارش‌ها و ارتباطات ای‌اس‌جی ما نیازهای آنان را به خوبی برطرف می‌کند.



"سرمایه‌گذاران، مهم‌ترین مخاطبان ما برای گزارش سالیانه مسئولیت اجتماعی شرکت هستند، زیرا آن‌ها بر اهمیت ویژه اطلاع‌رسانی داده محور در تصمیم‌های آگاهانه سرمایه‌گذاری خود تاکید کرده‌اند.

75-Adobe

76-CSR(Corporate Social Responsibility)

77-Data driven disclosures

78-Future of Reporting initiative

۲-۲ کمبودها را بر اساس استانداردها و چارچوب‌ها ارزیابی کنید

مخاطبان مورد نظر گزارش، نه تنها بر روی چگونگی تدوین گزارش تاثیر می‌گذارند بلکه بر انتخاب نوع استانداردها و چارچوب‌های مورد استفاده و به تبع آن، نوع اطلاعات و استانداردهای اندازه‌گیری مورد نیاز، هم اثر گذارند. در گذشته، شرکت‌ها بیشتر، سعی در انطباق خود با یک استاندارد را داشتند. امروز، برای تدوین گزارش کامل، شرکت‌ها باید گزارش‌دهی خود را حداقل با استانداردهای جی‌آر‌آی^{۷۹}، ای‌اس‌بی^{۸۰} و توصیه‌های تی‌سی‌اف‌دی^{۸۱} همسو کنند. انجام این کار دو جنبهٔ میزان اهمیت را که قبلاً توضیح داده شد، در برمی‌گیرد و تاب‌آوری شرکت را در برابر طیفی از سناریوهای آینده به آزمون می‌گذارد. چالش‌کلیدی، هماهنگ کردن این چارچوب‌ها در یک گزارش یا سری گزارش‌ها و شناسایی قسمت‌هایی است که همپوشانی دارند، این‌ها، قسمت‌های مشترکی هستند که اطلاع‌رسانی درباره یک موضوع خاص یا استاندارد اندازه‌گیری، برای استانداردهای مختلف کاربرد دارد. در

سال‌های اخیر، تلاش‌ها برای همسویی استانداردها و چارچوب‌ها افزایش یافته است (گزارش‌های گفتگوی گزارش‌دهی شرکت^{۸۲} و مجمع جهانی اقتصاد^{۸۳} را در لینک‌های زیر ببینید^{۸۴}) اگرچه، حتی با مشخص کردن بخش‌های همسو و مشترک، همچنان دو مشکل باقی می‌ماند:
هر چارچوبی رویکرد ویژه خود را دارد (مثلاً رویکرد جی‌آر‌آی و ای‌اس‌بی در تعیین میزان

اهمیت مکمل یکدیگرند، و با هم مفهوم میزان اهمیت مضاعف^{۸۵} را امکان پذیر می‌کنند، ولی این دو سازمان، دراصل، تعاریفشان از "مسائل مهم" با یکدیگر فرق دارد^{۸۶}).
این استانداردها و چارچوب‌ها دائماً در حال تغییر هستند، این بدین معنی است که نتایج حاصل از مقایسه آن‌ها نیز غیر قابل استفاده خواهند شد.

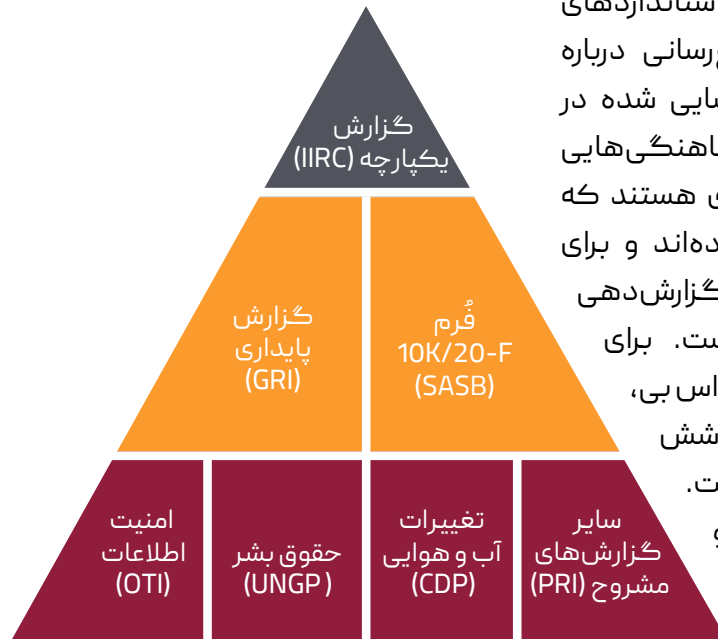
ویژگی‌ها	مخاطب اصلی	سازمان
نقطه‌ی شروع بسیاری از گزارش‌های پایداری است، زیرا استانداردهای جی‌آر‌آی به شرکتها کمک می‌کند تا درباره اثرات خارجی خود اطلاع‌رسانی کنند.	مخاطبین عام و چند-ذینفعی	جی‌آر‌آی
روی مسائل پایداری، که دارای اثرات مالی بر شرکت هستند، تاکید میکند.	سرمایه‌گذاران	ای‌اس‌بی
مدل "چند سرمایه‌ای" ^{۸۸} در ایجاد ارزش را دنبال می‌کند و اطلاعات مالی/کسب و کار، را با اطلاع‌رسانی‌های پایداری ادغام می‌کند ^{۸۹} .	سرمایه‌گذاران همچنین مخاطبان عام	آی‌آر‌سی ^{۸۷}
چارچوبی که تمرکز آن روی موضوع اقلیم است و چهار محور اصلی دارد: راهبری شرکتی، استراتژی (شامل تحلیل‌های سناریو)، مدیریت ریسک و استانداردهای اندازه‌گیری/اهداف مورد نظر.	سرمایه‌گذاران	تی‌سی‌اف‌دی
چارچوب جهانی سازمان ملل، اگرچه استاندارد گزارش‌دهی نیست، (ولیکن) زبان، هدف و مجموعه‌ای از اهداف جهانی کلان و خرد مشترک را ارائه می‌کند.	ذینفعان متعدد، دولت‌ها	ای‌اس‌دی جی‌ز ^{۹۰}
مجموعه‌ای از پرسشنامه‌های موضوعی (درباره اقلیم، آب، جنگل‌ها و زنجیره تامین) که شرکت‌ها ممکن است بخواهند آن‌ها را به اطلاع عموم برسانند.	سرمایه‌گذاران	سی‌دی پی ^{۹۱}

79-GRI 80-SASB 81-TCFD 82-Corporate Reporting Dialogue 83-World Economic Forum 85-Double Materiality

84-<https://corporatereportingdialogue.com/> - <https://www.weforum.org/reports/measuring-stakeholder-capitalism-towards-common-metrics-and-consistent-reporting-of-sustainable-value-creation>
۸۶-تعریف جی‌آر‌آی، از میزان اهمیت، بر "اثرات مهم بیرونی" شرکت بر اقتصاد، محیط زیست و مردم تمرکز می‌کند. تعریف ای‌اس‌بی، روی اثرات مالی مسائل پایداری بر شرکت، تمرکز می‌کند.

87-IIIRC 88-Mult-capitals ۸۹- برای درک بهتر مدل "چند سرمایه‌ای" می‌توانید این راهنما را مطالعه کنید: https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2011/09/IR-Discussion-Paper-2011_spreads.pdf

90-SDGs 91-CDP



- شرح شفاف، مختصر و یکپارچه درباره اینکه چگونه شرکت ارزش ایجاد می‌کند
- نقطه شروع برای جزئیات بیشتر
- استفاده از چارچوب IIRC

- گزارش‌های سالانه / قُرم 10k- Doc de Réf روی اطلاعاتی که برای سرمایه‌گذاران مهم هستند تمرکز می‌کنند.
- گزارش‌های پایداری روی اطلاعاتی که برای ذینفعان مهم هستند، تمرکز می‌کنند.
- استفاده از استانداردهای ای‌اس‌آی‌سی و جی‌آر‌آی و ی‌تی‌سی‌آی‌دی

- گزارش‌های خاص کشوری یا موضوعی
- گزارش‌های اجرای قانون، گزارش‌های حقوق بشر، گزارش‌های تغییرات آب و هوا، گزارش‌های مبتنی بر مکان^{۹۶}
- راهنماهای تخصصی مثل سی‌دی‌پی^{۹۷}، یو‌این‌جی‌پی^{۹۸}، اُتی‌آی^{۹۹} و پی‌آر‌آی^{۱۰۰}

کردید، بررسی کنید که آیا در استانداردهای اندازه‌گیری مورد نیاز برای اطلاع‌رسانی درباره عملکرد در رابطه با مسائل شناسایی شده در تحلیل میزان اهمیت^{۹۵}، ناهماهنگی‌هایی وجود دارد. به احتمال زیاد مواردی هستند که در اطلاع‌رسانی و داده‌ها جا افتاده‌اند و برای کسانی که اولین بار است که گزارش‌دهی انجام می‌دهند، قابل قبول است. برای استانداردهایی مثل ج‌آر‌آی و ای‌اس‌بی، کلید یک اطلاع‌رسانی کامل، پوشش دادن مسائل مهم شرکت شما است. جی‌آر‌آی و ای‌اس‌بی، هر دو رویکرد مشابهی از این نظر دارند، هر دو فهرستی از موضوعات

مهم و استانداردهای اندازه‌گیری احتمالی دارند و تصمیم‌گیری برای استفاده از آن‌ها، بر اساس میزان اهمیت، را بر عهده شرکت‌ها می‌گذارند.

مثلث گزارش‌دهی بی‌اس‌آر^{۹۲} (در سمت چپ) روشی مفید برای تجسم کردن چگونگی استفاده از چارچوب‌های مختلف گزارش‌دهی به شکل مکمل با یکدیگر است. در بالای مثلث، گزارش یکپارچه^{۹۳}، خلاصه‌ای از اطلاعات کسب‌وکار و پایداری، را برای مخاطب عام تلفیق می‌کند. در لایه میانی، مخاطبان گزارش، خاص‌تر می‌شوند. گزارش پایداری، روی مخاطبانی متمرکز بر ای‌اس‌جی^{۹۴} تمرکز دارد، درحالی‌که، گزارش‌دهی مالی، معمولاً روی صحبتش با مخاطبان مثل سرمایه‌گذاران است. در پایین مثلث، گزارش‌های موضوعی خاص به طور مجزا برای مخاطبان خاص کاربرد دارد، اما این چارچوب‌ها با یکدیگر بخش مهمی از گزارش‌دهی کلی شرکت را شکل می‌دهند. هر نوع گزارش در این مثلث، کاربرد ویژه‌ای دارد و چارچوب‌ها و استانداردهایی که معمولاً آن‌ها را پشتیبانی می‌کنند، می‌توانند به شکل مکملی برای بهتر کردن اطلاع‌رسانی شرکت استفاده شوند.

هنگامی که تصمیم گرفتید با چه استانداردها و چارچوب‌هایی می‌خواهید هم‌سو باشید و موضوعاتی که باید درباره آن‌ها اطلاع‌رسانی کنید یا استانداردهای اندازه‌گیری لازم را شناسایی



است که برای پیوستگی اطلاعات گفتگوی بیشتر باز

است ولی در گام ۳-۳ با جزئیات بیشتر دوباره به آن خواهیم پرداخت.

نکته مهمی که درباره استفاده از این استانداردها باید در ذهن داشت، این است که، گزارش‌دهی تمرینی است، که دائماً در حال تغییر است. رمز موفقیت، تلاش برای بهبود مستمر است. دستیابی به بهترین گزارش، نیاز به انجام چندین دوره گزارش‌دهی دارد. در "سال صفر" شما شاید صادقانه و با شفافیت به کاستی‌ها اذعان و برنامه‌ای را برای انجام آن‌ها در سال آینده عنوان کنید. می‌توانید معیارهای اندازه‌گیری بیشتری را سال بعد اضافه کنید و در عین حال، توجه کنید که زیر ساخت‌ها همزمان در حال بوجود آمدن هستند، در حالی که بر پذیرش و ایجاد آمادگی، کار می‌کنید. استانداردها خود به این موضوع توجه دارند، همانطور که دیدیم، در روش جدید تعیین میزان تطابق گزارش‌های شرکت‌ها بر اساس جی آر آی، "مطابق با^{۱۰۱}" متفاوت از "با ارجاع به^{۱۰۲}" در استانداردهای بازبینی شده جهانی آن‌ها تعریف شده است.^{۱۰۳}

در حالی که جی آر آی، مجموعه‌ای از استانداردهای کلی با کاربرد عمومی و استانداردهای موضوعی تنظیم کرده است، اِس‌اِی اِس‌بی، موضوعات اطلاع‌رسانی و استانداردهای اندازه‌گیری در حسابداری را برای هر بخش به طور خاص ارائه می‌کند. تنظیم کنندگان استاندارد می‌دانند که هر شرکتی شرایط خاص خود را دارد و همه استانداردهای اندازه‌گیری به ویژه در ابتدای مسیر گزارش‌دهی قابل ارائه نیستند. اگرچه، به نظر می‌رسد، یک روند همگرایی، در گزارش‌دهی از یکسری موضوعات و استانداردهای اندازه‌گیری مشترک، برای هر بخش خاص، در حال بوجود آمدن است و شاید در آینده نزدیک، شاهد الزامی شدن گزارش‌دهی برای مسائل مشخصی باشیم. پس از اینکه، استانداردهای اندازه‌گیری و کمبودهای کار خود را شناسایی کردید، پرسش بعدی این است که: چگونه تمام اطلاعات مورد نیاز را ادغام می‌کنید؟ آیا چارچوب‌ها را در یک جدول بزرگ کنار هم، یا در بخش‌های مجزا یا در گزارش‌های کاملاً جدا برای هر یک از استانداردهای جی آر آی، اِس‌اِی اِس‌بی و تی‌سی‌اِف‌دی تنظیم می‌کنید؟ یا روش دیگری دارید؟ این زمینه‌ای

101-In accordance with 102-With reference to

۱۰۳- سازمان جی آر آی، دو درجه متفاوت، از نظر میزان تطابق با استانداردهای خود، را برای شرکت‌ها تعیین کرده است. در سطح "مطابق با" شرکت‌ها می‌بایست گزارش کاملی از تمام موضوعات مهم، اثرات آنها و نحوه مدیریت شان ارائه کنند ولی در سطح "با ارجاع به" شرکت‌ها به اختیار خودشان بر اساس بعضی از الزامات جی آر آی، گزارش می‌دهند که گزارش جامعی محسوب نمی‌شود و تصویر کاملی از مهم‌ترین اثرات شرکت بر اقتصاد، محیط زیست و جامعه ارائه نمی‌کند.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با فلیکس^{۱۰۴}

بر اساس کدام استانداردها گزارش می‌دهید و چرا؟

فلیکس - یک شرکت بین‌المللی در زمینه فناوری، زنجیره تامین و شریک راه‌حل‌های تولیدی - از سال ۲۰۱۳ گزارش‌های خود را به جی‌آر‌آی ارائه داده است. ما به دو دلیل اصلی این رویه را در پیش گرفته‌ایم. این استانداردها، کی‌پی‌آی‌ز^{۱۰۵} شفافیت جهت استفاده در اطلاع‌رسانی جنبه‌های مهم به ما ارائه می‌دهند، همچنین این استانداردها ما را قادر می‌سازند تا روند پیشرفت و نتایج خود را به صورت شفاف به طیف وسیعی از ذینفعان شامل مشتریان، کارکنان، سهامداران، جوامع و سایر سازمان‌ها ارائه دهیم.

بسیاری از ذینفعان ما علاقه زیادی به موضوع پایداری نشان می‌دهند و ما نیز به صورت فعالانه گزارش‌دهی با چارچوب‌هایی را در نظر می‌گیریم که به صورت بهتری فعالیت‌های ما را انعکاس دهد. برخی از سرمایه‌گذاران برای آگاهی از روند پیشرفت در زمینه پایداری، در مقایسه با سایر فعالان در این صنعت، علاقه خود را به ای‌اس‌بی‌اِی‌اِس‌بی ابراز نموده‌اند. از این رو برای اولین بار یک بخش از گزارش پایداری ۲۰۲۰ ما بر اساس ای‌اس‌بی‌اِی‌اِس‌بی تنظیم شده است.

علاوه بر این، ما عضو پیمان جهانی سازمان ملل^{۱۰۶} هستیم و اقدامات خود را با آن دسته از اهداف توسعه پایدار^{۱۰۷} که با فعالیت‌های ما ارتباط دارند، همسو می‌کنیم.

در گزارش‌دهی بر اساس استانداردها، چگونه کاستی‌ها را مشخص می‌کنید؟

ما هر سال کار تعیین میزان اهمیت را برای کمک به اولویت‌بندی بخش‌هایی که مورد توجه ما هستند، انجام می‌دهیم. این ارزیابی، کلیه موضوعات جی‌آر‌آی را در نظر می‌گیرد، سپس مورد بازبینی قرار گرفته و به موضوعاتی که برای ما و ذینفعان بیشترین اهمیت را دارد، محدود می‌شوند. طی این روند، ۱۵ موضوع به عنوان موضوعات مهم، مشخص شد که در ماتریس میزان اهمیت^{۱۰۸} ما دیده می‌شود. زمانی که اولویت‌های مهم ما مشخص شد، برای پیشگیری از کاستی‌های اطلاع‌رسانی در گزارش‌دهی، استانداردهای جی‌آر‌آی را به دقت بررسی کردیم.

ای‌اس‌بی‌اِی‌اِس‌بی لیست‌های ویژه هر بخش از موضوعات مهم اطلاع‌رسانی و معیارهای محاسبه که در صنایع مختلف بر کسب‌وکارها اثر گذار هستند، را ارائه می‌کند. ما موضوعات اطلاع‌رسانی پیشنهادی این لیست‌ها را با

استانداردهای اندازه‌گیری اکنون خود تطبیق دادیم، به این ترتیب کاستی‌های گزارش‌دهی ما مشخص شد که در حال پرداختن به آن‌ها هستیم.

در گزارش‌دهی، رویکرد شما در خصوص استانداردهایی که اطلاعات مورد نیاز آن را جمع‌آوری نمی‌کنید و یا در اطلاع‌رسانی عمومی آن با موانعی روبرو هستید، چگونه است؟

تیم پایداری شرکت ما هرگونه کاستی در اطلاع‌رسانی را با مسئول محتوای مربوطه به بحث و گفتگو می‌گذارد تا مشخص کند که چه داده‌هایی از قلم افتاده است و اینکه آیا این کاستی‌ها در کوتاه، میان و بلندمدت قابل جبران هستند یا خیر. وقتی که این مسئله مشخص شد، برای افزایش اطلاع‌رسانی یا عملکرد و برطرف نمودن کاستی‌ها، برنامه‌ای را با مشارکت فرد مسئول در تهیه محتوا تنظیم می‌کنیم.



"زمانی که اولویت‌های مهم ما مشخص شد، برای پیشگیری از کاستی‌های اطلاع‌رسانی در گزارش‌دهی، استانداردهای جی‌آر‌آی را به دقت بررسی کردیم."

۲-۳ رؤس مطالب محتوا را با کیفیت بالا و بر اساس مسائل مهم و اولویت‌های استراتژیک تنظیم کنید

بر اساس گام‌های قبلی، رؤس مطالب محتوا را با کیفیت بالا و بر اساس محورهای استراتژیک خود و مرتبط با مسائل مهم تنظیم کنید. گزارش کامل پایداری، که مطابق جی آر آی و سایر استانداردها باشد، اطلاعات درباره نوع کسب‌وکار، راهبری پایداری، استراتژی، تعامل با ذینفعان، موضوعات مهم و عملکرد درباره موضوعات مهم در بازه زمانی مشخص، را ارائه می‌کند.

گزارشگران جدید، زمینه‌ی پایداری

باید تدوین رؤس محتوای گزارش با استفاده از صفحات گسترده، را در نظر داشته باشند، که می‌تواند به کاربردی کردن گزارش کمک کند. (مثلا توجه کردن به اینکه چه کسی مسئول بخش خاصی یا مسئله

مهمی است، از کجا باید داده جمع‌آوری کنید، چه کسی باید امضا کند و غیره). مطمئن شوید موضوعات توصیه شده برای اطلاع‌رسانی، در استانداردهای اندازه‌گیری و استانداردهای مد نظر اس‌ای‌اس‌بی، جی آر آی، تی‌سی‌اف‌دی و سایر چارچوب‌های منتخب خود را پوشش داده‌اید، تا اطلاعاتی را که درخواست کرده‌اند، فراموش نکنید. این کار همچنین می‌تواند به پیدا کردن کاستی‌ها و موضوعات مشترک در استانداردها کمک کند. در رؤس مطالب، مطمئن شوید که در گزارش به عناصر مختلف هر استاندارد اشاره می‌کنید، زیرا این کار به شما کمک می‌کند که بعداً فهرست راهنما درست کنید.

۲-۴ سیستم راهبری برای گزارش‌دهی^{۱۰۹} مشخص کنید

داشتن سیستم راهبری برای فرایند گزارش‌دهی، به شما کمک می‌کند تا برای کارها برنامه ریزی کنید و مشخص می‌کند چه کسی باید گزارش را امضا کند و تصمیمات نهایی

را درباره محتوا بگیرد (برای بحث در زمینه فرایند تایید، بخش ۳،۴ را ببینید) سیستم‌ها و فرایندهای راهبری در رابطه با گزارش‌دهی، برای هر شرکت، خاص خواهد بود. برای بعضی از شرکت‌ها، مدیر پایداری، ممکن است همه گزارش را بنویسد و شخصا برای جمع‌آوری داده‌ها اقدام کند. در مورد سایر شرکت‌ها، ممکن است، افراد مختلف در بخش‌های مختلف کسب‌وکار، مسئول داده‌ها و نوشتن گزارش باشند (بخش ۳،۱ درباره مدیریت داده‌ها را ببینید). رویکرد مناسب به اندازه، ساختار و فرهنگ شرکت بستگی خواهد داشت. از نظر فنی، یک شرکت می‌تواند، برای گزارش خود، اطلاعات درباره سیستم راهبری گزارش‌دهی را در داخل رؤس محتوای گزارش قرار دهد و مشخص کند چه کسی مسئول چه کاری است.

تدوین یک سیستم راهبری گزارش‌دهی، نه تنها فشار را بر روی شما کم می‌کند و مشخص می‌سازد، هر کسی مسئول چه بخشی است، بلکه به شما در جلب حمایت و پذیرش در قسمت‌های مختلف شرکت کمک می‌کند. رؤس محتوا و

ساختار راهبری گزارش‌دهی، در طی گام سوم فرایند گزارش‌دهی، به شما کمک خواهد کرد. هنگام تنظیم سیستم مدیریت گزارش‌دهی، توجه کنید که چه کسانی می‌بایست در فرایند تایید نهایی مشارکت داشته باشند. مسئول هر بخش، ممکن است، پس از جمع‌آوری، صحت اطلاعات را تایید کند، ولی بعد از این مرحله، گزارش باید به چه کسی فرستاده شود؟ بعضی از شرکت‌ها، نیاز به تایید اعضای هیات مدیره، تایید مدیران ارشد راهبری، تایید تیم حقوقی و غیره دارند. فرایند رسمی تایید، بویژه توسط اعضای هیات مدیره و مدیران ارشد، به اهمیت و پذیرش برنامه و گزارش پایداری می‌افزاید. برای اینکه موقعیت و اهمیت گزارش‌دهی پایداری شبیه به گزارش‌دهی مالی باشد، مکانیسم‌های تایید رسمی باید مشابه باشند. مهم است که به خاطر داشته باشید، فرایند تایید رسمی، که اغلب شامل تیم حقوقی می‌شود، می‌تواند فرایندی طولانی و مستلزم چندین بار تایید و ویرایش باشد.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با سَبیک^{۱۱۰}

استراتژی راهبری گزارش‌دهی خود را چگونه

تنظیم کرده‌اید؟

در ابتدای مسیر گزارش‌دهی پایداری ما در سال ۲۰۱۱، سَبیک سیستم راهبری گزارش‌دهی یا ساختار گزارش‌دهی قوی نداشت. اشخاص و گروه‌های کاری مختلف، به شکل موقت، همراه با نمایندگان از قسمت‌های مختلف شرکت که درخواست مشارکت از آنها شده بود، در انجام این فرایند مشارکت داشتند. هریک از بخش‌های کاری، اطلاعات مربوط به خود را جمع‌آوری نمودند. بخش عمده‌ای از پیش‌نویس‌ها توسط گروهی یک تا سه نفره با حمایت بی‌اس‌آر و یک همراه در بخش ارتباطات شرکت، تهیه شد.

طی سه سال گذشته، سَبیک مدیریت گزارش‌دهی خود را به شیوه‌ای ساده و کارآمد ساماندهی کرده است. امروزه، ما یک مدیریت گزارش‌دهی اختصاصی و بخش مسئولین از قسمت پایداری شرکت داریم، که با افراد تعیین شده برای ارائه محتوا از کسب‌وکارها و بخش‌های مختلف ارتباط دارند. در فاصله بین دوره‌های گزارش‌دهی، مدیریت به منظور تنظیم

استراتژی کلی گزارش‌دهی برای سال‌های آتی فعالیت می‌کند، همچنین با بخش مسئولین و ارائه‌کنندگان محتوا برای شروع دوره جدید گزارش‌دهی در پاییز کار کرده و پیش‌بینی دوره کنونی را تعیین می‌کند. مسئولین مالی، به همراه بی‌اس‌آر و ارائه‌کنندگان محتوا، اطلاعات و محتوای مربوط به هر یک از ارائه‌کنندگان محتوا را جمع‌آوری می‌کنند. در حدود فوریه، مسئولین و کمیته راهبردی گزارش، کل محتوا را جهت اطمینان از همخوانی با ساختار گزارش مورد نظر و اولویت‌ها و استراتژی‌های فرادستی سَبیک گردآوری می‌کنند.

ارتباط بین راهبری گزارش‌دهی، راهبری

پایداری و راهبری شرکت در چیست؟

ریاست شورای پایداری ما در سطح مدیران ارشد، بر عهده مدیر عامل است. این گروه مهم‌ترین تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در زمینه پایداری در سَبیک را انجام می‌دهد. ساختار و راهبری گزارش در راستای اولویت‌های تعیین شده توسط شورا، تنظیم می‌شوند. این شورا همچنین بر تعیین میزان اهمیت، تعیین اهداف و برنامه

بلند مدت فرایندهای توسعه نظارت دارد. فرآیند گزارش‌دهی بر اساس اولویت‌های پایداری ما شکل گرفته است، که سپس نحوه انتخاب ارائه‌کنندگان محتوا را مشخص می‌کند.

در زمینه مدیریت پایداری، چه توصیه‌ای برای گزارش‌دهندگان تازه کار دارید؟

در ابتدا، روند گزارش‌دهی، ممکن است کمی آشفته باشد. اما وقتی که شما استراتژی پایداری و اولویت‌های خود را مشخص کنید و محتوا و ساختار گزارش مورد نظر خود را با آن همسو کنید، می‌توانید یک ساختار راهبری گزارش‌دهی تنظیم کنید که به شیوه کارآمدی جمع‌آوری اطلاعات را متمرکز و ذینفعان داخلی را به تعامل دعوت کند.



"طی سه سال گذشته، سَبیک راهبری گزارش‌دهی خود را به شیوه‌ای ساده و کارآمد ساماندهی کرده است"

گام سه

محتوای خود را شرح دهید و بازبینی کنید.



۳-۱ داده جمع‌آوری کنید

اگر سیستم‌های اندازه‌گیری و ساختار راهبری برای گزارش‌دهی، وجود نداشته باشند، جمع‌آوری داده‌ها برای گزارش می‌تواند زمان‌بر باشد. با استفاده از رؤس مطالب محتوا و ساختار راهبری یا برنامه کار، داده‌ها را از همکاران مرتبط بخواهید. (با این کار) به راحتی و در بیشتر موارد دیگر لازم نیست، داده‌ها توسط افرادی که مسئول گزارش‌دهی هستند "جمع‌آوری شوند"، زیرا داده‌ها از قبل در سیستم‌های شرکت وجود دارند. بنابراین، ارائه‌کننده داده‌ها، مسئول محتوای گزارش را فقط از مکان پایگاه داده مطلع می‌کند. با اینکه، هر شرکتی به شیوه متفاوتی، داده‌ها را جمع‌آوری می‌کند، این نکته بسیار اهمیت دارد که همه شرکت‌ها سیستمی برای بازبینی و ممیزی داده‌ها داشته باشند و از درستی داده‌ها اطمینان حاصل کنند. بسته به شرکت و زمینه عملیاتی آن، روش‌ها،

متفاوت است. برای بعضی از شرکت‌ها داشتن روش جمع‌آوری داده توسط گسترده برگ^{۱۱۱} شاید کافی باشد، درحالی‌که برای بعضی دیگر شاید استفاده از ابزارها یا سیستم‌های اختصاصی، به ساده سازی روند کمک کند. با اینکه بی‌اس آر، ابزارهای خاصی را توصیه نمی‌کند، شرکت‌های عضو (عضو بی‌اس آر)، از ارائه‌کنندگانی مثل وان ریپورت^{۱۱۲}، انبلون^{۱۱۳}، اینتلکس^{۱۱۴} و تینک استپ^{۱۱۵} برای این فرآیند استفاده کرده‌اند.

111-Spreadsheet صفحه گسترده یک برنامه کامپیوتری برای محاسبه، سازماندهی، تجزیه و تحلیل و ذخیره سازی داده‌ها به صورت جدولی است.



مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با کی سایت تکنولوژی^{۱۱۶}

روش شما برای گردآوری و تلفیق داده‌ها چیست؟

کی سایت برای گردآوری و تلفیق داده‌های ای‌اس‌جی که در گزارش مسئولیت اجتماعی سالانه شرکت به آن‌ها اشاره شده، از رویکرد هاب^{۱۱۷} استفاده می‌کند. راهنمای گزارش‌دهی ابتدا طی یک جلسه مقدماتی توسط تیم مرکزی مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت به راهبران اجرایی گزارش‌دهی ارائه می‌شود که در آن از برنامه زمان‌بندی، بازبینی اطلاع‌رسانی‌های جدید یا به روز شده و مشخص نمودن فرصت‌های ارتقاء گفت‌وگو می‌شود، در نهایت خلاصه‌ای یک صفحه‌ای از روند گزارش‌دهی به عنوان منبع تیم ارائه می‌شود. سپس راهبران گروه‌های اجرایی اطلاعات را به صورت مستقیم از تیم‌های مرتبط متخصصان موضوعی (اس‌ام‌ای^{۱۱۸}) جمع‌آوری و با استفاده از صفحات گسترده کاربردی و بسترها به بررسی و بازبینی اولیه داده‌های ارسالی می‌پردازند. هنگامی که راهبران گروه‌های اجرایی بررسی اولیه را به پایان رساندند، داده‌ها در یک مرکز جمع‌آوری داده، گردآوری شده و پیش از بررسی

و تایید نهایی، توسط مدیر مسئولیت اجتماعی و حقوقی شرکت از نظر یکدستی و الزامات قانونی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

روند گردآوری اطلاعات چقدر به طول می‌انجامد، و ارائه‌کنندگان داده‌ها هر چند وقت یکبار ارقام را به روزرسانی می‌نمایند؟

معمولاً روند گردآوری و تلفیق داده‌ها سه ماه به طول می‌انجامد. از آنجا که کی سایت اطلاع‌رسانی گزارش سالانه مسئولیت اجتماعی شرکت را مطابق با جی آر آی و هم‌زمان با ارسالی‌های سازمان‌های رتبه‌بندی تکمیل می‌کند، این روند بسیار ساده‌تر شده است. ارقام هر ساله از طریق مرکز جمع‌آوری داده‌ها هم برای گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت و هم به منظور ارائه و تایید اطلاع‌رسانی به سازمان‌های رتبه‌بندی برای رتبه‌بندی، به روزرسانی می‌شوند. مهم‌ترین شاخص‌های کلیدی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت درباره اطلاع‌رسانی‌ها، برنامه‌ها، و حرکت‌های جدید اصلی، به صورت فصلی توسط مدیران اجرایی پایش می‌شود و به صورت یک بازبینی فصلی برای مدیران ارشد اجرایی و کمیته راهبردی اجرایی گردآوری می‌گردد. در

تیم‌های اجرایی، داده‌ها ممکن است به صورت مکرر و معمولاً با جزئیات بیشتر به روز شوند.

از چه سازوکارهایی برای اطمینان از دقت اطلاعات بهره‌می‌برید؟

تیم‌های عملیاتی و مرتبط از متخصصان موضوعی، در ارتباط با زمینه‌های کاری خود، رویکردهای مجزایی برای پایش و اندازه‌گیری دارند. ساختار هاب کی سایت قصد ندارد مانع روند اجرایی استاندارد مدیریت و گزارش‌دهی شود یا در آن تغییری ایجاد کند. در عوض، هدف استفاده از فرآیندهای موجود آن‌ها برای اطمینان از دقت داده‌ها است. علاوه بر این، پایش‌های فصلی ما از شاخص‌های کلیدی عملکرد، منجر به ایجاد اطمینان از صحت بخش‌های اصلی داده و برجسته شدن ایرادات احتمالی، پیش از تاثیر گذاشتن بر داده، می‌شود.



"تیم‌های عملیاتی و مرتبط از متخصصان موضوعی، در ارتباط با زمینه‌های کاری خود، رویکردهای مجزایی برای پایش و اندازه‌گیری دارند"

۲-۳ پیش‌نویس بنویسید و بازبینی کنید

نیازی نیست هر سال چرخ را دوباره اختراع کنید. حفظ ساختار یا محتوای گزارش در طول چند سال با به روز رسانی داده‌ها کاملاً پذیرفتنی است. تغییر روایت ممکن است تنها زمانی ضروری باشد که استراتژی شرکت یا شرایط خارج شرکت تغییر کند. حفظ ساختار گزارش، این مزیت را به همراه دارد که ارتباط اطلاعات از سالی به سال دیگر را برای خواننده آسان‌تر می‌کند و مقایسه اطلاعات کیفی را تسهیل می‌کند. این به کاربر کمک می‌کند تا فرای درکی که جدول‌های داده ارائه می‌کنند، را ببیند، که اغلب تنها بخش مقایسه سال به سال هستند. وقتی طرح اولیه رئیس مطالب خود را نهایی می‌کنید، توجه کنید کدام بخش محتوا احتمالاً هر سال تغییر می‌کند و چه بخشی ممکن است ثابت باشد، کدام مطالب به سایت ارجاع داده می‌شود یا در غیر اینصورت در موارد آتی بازگو می‌شود. هنگامی که داده‌ها

گردآوری و طرح کلی آماده شد، می‌توانید نگرارش پیش‌نویس روایت را از بخش‌های اساسی تا اطلاعات شاخص‌های کلیدی عملکرد و مسائل مهم شروع کنید.

عملکرد هرچند شاخص‌های کلیدی عملکرد و داده‌ها قسمت مهم گزارش‌دهی هستند، ولی تنها بخشی از داستان را روایت می‌کنند. حتی سرمایه‌گذارها که از جدول‌های داده و شاخص‌های کلیدی عملکرد گزارش استفاده می‌کنند، به پیش زمینه روایت‌های کلیدی عملکرد نیاز دارند. روایت‌های کلیدی عملکرد به داده‌ها جان می‌بخشند، به خواننده توضیح می‌دهند که چگونه باید شاخص‌های کلیدی عملکرد را تفسیر و متن را به اعداد اضافه کنند. روایت‌های کلیدی عملکرد فقط با کلمات، آنچه را که شاخص‌های کلیدی عملکرد به صورت اعداد بیان می‌کند، تکرار کنند. در عوض، باید نحوه عملکرد (چه خوب، بد یا خنثی)، دلیل نحوه عملکرد (مانند شوک خارجی، استراتژی مدیریت جدید)، و انتظارات آتی (مثلاً

افزایش سرمایه‌گذاری، تقویت استراتژی، بهبود مستمر) را شرح دهند.

هنگام تهیه پیش‌نویس، تعادل و

صداقت را حفظ کنید تا از شرح عملکرد صادقانه مطمئن شوید. هیچ شرکتی کامل نیست، و مخاطبان به گزارشی که در آن، تعادل میان مباحث موفقیت، چالش‌ها و قصور، همچنین آموخته‌ها و برنامه‌ها برای عملکرد بهتر در آینده، وجود نداشته باشد، شک خواهند داشت.

اگر ذینفعان یا مخاطبان متن ساده‌تری را ترجیح می‌دهند، ضرورتی ندارد شرکت‌ها همه اطلاعات را در گزارش پایداری بگنجانند. ارجاع به اطلاع‌رسانی‌های مرتبط با موضوعات خاص (مثل پاسخگویی به سی‌دی‌پی^{۱۹}) یا سایر مفاد آنلاین (مثل راهنمای عملکرد یا سیاست‌های شرکت) با استفاده از هایپرلینک امکان کسب اطلاعات را برای خواننده‌هایی که علاقمند به جزئیات بیشتر برای درک عمق موضوع برای خود هستند، فراهم می‌کند. برای ارائه مثال‌هایی از عملکرد، می‌توانید از کادرهای کنار متن استفاده کنید

گام یک

اولویت‌ها را تعیین و استراتژی تدوین کنید.

گام دو

ساختار بسازید و داده‌ها را جمع‌آوری کنید.

گام سه

محتوا را شرح داده و بازبینی کنید.

گام چهار

گزارش را نهایی کرده و اطلاع‌رسانی کنید.

گام پنج

آموخته‌ها را مرور کرده و فرایند گزارش‌دهی را تکرار کنید.

که در آن‌ها خلاصه مطالعات موردی یا لینک‌ها به شرح‌های با جزئیات وجود دارد، اگر برای مخاطب مورد نظر، مناسب باشد.

فرایند تدوین، فرایندی نیست که "فقط یک بار انجام و تمام شود". برای بازبینی پیش‌نویس‌های متعدد وقت بگذارید. بازخورد کسانی که متن برای گزارش فرستاده‌اند و سایر بخش‌های داخل شرکت (حقوقی، روابط عمومی و سایرین) را گردآوری کنید. این کار سبب بالا رفتن کیفیت نگارش و همچنین جلب پذیرش داخلی می‌شود.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با سِمپرا انرژی^{۱۲۰}

روند نگارش گزارش را توضیح دهید. چه کسی در تدوین محتوا نقش دارد، و این روند چقدر به طول می‌انجامد؟

گزارش سالانه پایداری شرکت ما توسط بخش پایداری شرکت سِمپرا انرژی، با همکاری شرکت‌های عملیاتی مختلف ما تهیه می‌شود. در طول ۱۲ سال انتشار گزارش سالانه پایداری، ما فرایند کاری خود را اصلاح نموده‌ایم. در حال حاضر تلاش می‌کنیم گزارش خود را در اواخر سه ماهه اول یا اوایل سه ماهه دوم سال منتشر کنیم تا به این ترتیب همزمانی و هماهنگی بیشتری با گزارش‌دهی مالی خود داشته باشیم.

برای تهیه گزارش سالانه پایداری خود، معمولاً در دسامبر فرآیند جمع‌آوری و گردآوری داده‌ها را شروع می‌کنیم و جلسات متعددی را با ذینفعان داخلی اصلی برگزار می‌کنیم تا بتوانیم سمت و سو و محتوای گزارش آتی جهت شروع فرآیند تدوین، در اوایل سال را تعیین کنیم. هر سال در پی این هستیم اطمینان یابیم که داستان

پایداری ما مستقیماً با استراتژی کلی و سمت و سوی کسب‌وکارمان همخوانی داشته باشد، ارزیابی میزان اهمیت را نیز به صورت دوره‌ای به روز رسانی می‌کنیم.

در حال حاضر بخش اعظم فرآیند تدوین گزارش به صورت درون سازمانی انجام می‌شود. گزارش پس از تدوین پیش‌نویس برای اطمینان از دقت و شفافیت اطلاعاتی که در آن ارائه می‌دهیم، مورد بازبینی‌های گسترده متنوعی توسط تیم‌های مرتبط متخصصان موضوعی، مدیریت اجرایی شرکت و مدیریت سِمپرا قرار می‌گیرد. بر اساس منشور شرکت، کمیته‌ی ایمنی، پایداری و فناوری و هیات مدیره سِمپرا قبل از انتشار، گزارش را بازبینی می‌کنند. کل فرآیند چند ماه به طول می‌انجامد.

کدامیک از مراحل اولیه فرآیند گزارش‌دهی بیشترین تاثیر را در تدوین گزارش دارند؟ همیشه از مخاطبان مورد نظرمان شروع می‌کنیم؛ ذینفعان کلیدی ما. آن‌ها چه کسانی

هستند؟ اطلاعاتی که ذینفعان درباره چگونگی مدیریت ریسک‌ها و فرصت‌های ای‌اس‌جی، به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر کسب‌وکارمان، نیاز دارند درک کنند کدامند؟ چگونه می‌توانیم این اطلاعات را به بهترین شکل منتقل کنیم؟ (برای اطلاعات بیشتر در خصوص چگونگی اطلاع‌رسانی پیش‌نویس نهایی به مخاطبین توسط سِمپرا، مطالعه موردی در بخش ۴،۳ را ببینید).



"ما در طول ۱۲ سال انتشار گزارش سالانه پایداری، فرایند کاری خود را اصلاح نموده‌ایم"

۳-۳ استانداردهای لازم را به کار ببرید - یک فهرست ایجاد کنید.

از آنجایی که استانداردها و چارچوب‌های را که می‌خواهید استفاده کنید قبلاً در گام ۲،۲ شناسایی کرده‌اید، این مرحله می‌بایست بیشتر تمرین جزء به جزء معین و مرتب کردن اطلاعاتی که برای پیش‌نویس خود جمع‌آوری کرده‌اید و ارجاع آن‌ها به جدول یا سری فهرست‌ها باشد.

بسته به نوع استانداردها، شاید نیاز به درست کردن نمایه داشته باشید، که می‌تواند در پایان گزارش به صورت ضمیمه قرار گیرد یا جداگانه منتشر شود. جی آر آی و ایس‌ای‌اس بی، هر دو باید دارای فهرست باشند، اگرچه این دو را می‌توان در یک جدول ادغام کرد. هر یک از استانداردها، مجموعه‌ای از مطالب حمایتی مفید

ارائه می‌کنند. "آغازگر اجرایی"^{۱۳۱} ایس‌ای‌اس بی^{۱۳۲}، راهنمای اطلاع‌رسانی، چک لیست‌ها و برگه‌های کاری را، برای شرکت‌هایی که می‌خواهند بر اساس استانداردهای ایس‌ای‌اس بی گزارش‌دهی کنند، ارائه می‌کند و صفحه استانداردهای جی‌آر آی^{۱۳۳} راهنماهای مرجع را برای کمک به شرکت‌ها برای شروع این روند ارائه می‌کند. هر دو به صورت منظم وبینارها و جلسات آموزشی برگزار می‌کنند.

با چارچوب‌هایی مانند تی‌سی‌اف‌دی^{۱۳۴}، که - به جای جزئیات اطلاع‌رسانی یا روش‌های گزارش‌دهی - تنها توصیه‌هایی درباره دسته بندی‌های اطلاعات برای گزارش‌دهی دارند این پرسش باقی می‌ماند که چگونه اطلاعات را یکپارچه کنیم. بعضی شرکت‌ها، گزارش‌های مستقل تی‌سی‌اف‌دی تهیه می‌کنند، اما در این راهنما، بیا بید نمونه‌ای را در نظر بگیریم که قبلاً با استفاده از جی‌آر آی و ایس‌ای‌اس بی گزارش‌دهی می‌کرد و حالا می‌خواهد با توصیه تی‌سی‌اف‌دی

را نیز در این مجموعه ادغام کند.

بر اساس چهار محور اصلی تی‌سی‌اف‌دی، این شرکت می‌تواند ۱- توصیه‌های تی‌سی‌اف‌دی را در فهرستی ترکیبی با جی‌آر آی / ایس‌ای‌اس بی قرار دهد. ۲- اطلاعات مرتبط با تی‌سی‌اف‌دی را مجزا کند و در طول گزارش در کادرهای کوچک در کنار متن اصلی قرار دهد (مثلاً در بخش‌های راهبری، استراتژی، استانداردهای اندازه‌گیری و غیره) ۳- یک فهرست یا گزارش مجزا برای تی‌سی‌اف‌دی درست کند یا ۴- اطلاعات تی‌سی‌اف‌دی را با گزارش‌دهی سالانه یا مالی ادغام کند.

به شکل مشابهی، ایس‌دی‌جی‌ز (اهداف کلان توسعه پایدار)^{۱۳۵} در اصل، خود، استاندارد گزارش‌دهی نیستند ولیکن روش‌های متنوع زیادی وجود دارد که شرکت‌ها می‌توانند با استفاده از آن‌ها نقش خود را در دستیابی به اهداف کلان توسعه پایدار نشان دهند. عملکرد خوب در زمینه گزارش‌دهی این اهداف، مستلزم مشخص

121- Implementation Primer : یک منبع آنلاین برای شرکت‌هایی که به دنبال بکارگیری استانداردهای "ایس‌ای‌اس بی" در ارتباطات اصلی خود با سرمایه‌گذاران هستند

122-SASB Implementation Primer (<https://www.sasb.org/implementation-primer/>) 123-GRI's Standards Page (<https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/>) 124-TCFD

125- (SDGs) Sustainable Development Goals : اهداف کلان توسعه پایدار، در سال ۲۰۱۵، به منظور کاهش چالش‌های جهانی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی تعیین و هدف، دستیابی به آنها تا سال ۲۰۳۰ می‌باشد. این اهداف، شامل هدف کلان و ۱۶۹ هدف خرد می‌باشد.

نمودن اثرات و اتصال آن‌ها به اهداف خرد توسعه پایدار (به جای اهداف کلان توسعه پایدار که غیر اختصاصی بوده و ارزش اندکی برای خواننده دارد) و همچنین بیان نه تنها جاهایی که کسب‌وکار به اهداف توسعه پایدار کمک می‌کند بلکه جاهایی که مانع دستیابی به این اهداف می‌شود، نیز هست. مانند بخش‌های تی‌سی‌اف‌دی، یک شرکت می‌تواند بخش‌های مختلف مرتبط با اهداف را جزء به جزء در جدول جی‌آر‌آی/اِس‌اِی‌اِس‌بی ادغام کند، در تمام قسمت‌های گزارش، بخش‌های مرتبط با اهداف خرد توسعه پایدار را مشخص کند و با یک بخش مستقل خلاصه برای اهداف توسعه پایدار اضافه کند.^{۱۳۶} جی‌آر‌آی و اِس‌اِی‌اِس‌بی، بخش به بخش چگونگی ارتباط هر یک از استانداردها یا موضوعات اطلاع‌رسانی خود را با اِس‌دی جی‌ز مشخص کرده‌اند، که می‌تواند به شرکت‌ها در همسو شدن با اهداف خرد توسعه پایدار کمک کند.

استفاده از استانداردهای گزارش‌دهی به نفع شرکت‌ها است زیرا با این کار میزان دقت و پاسخگویی را در اطلاع‌رسانی‌های خود بالا می‌برند. همچنین، با به کارگیری استانداردها، مخاطبان می‌توانند به راحتی گزارش‌ها را بخوانند و مقایسه کنند، که منجر به افزایش ثبات و سطح بالاتر بلند پروازی و عملکرد بهتر در مسائل مهم پایداری می‌شود.

۱۳۶-نکته: اهداف کلان توسعه پایدار، می‌توانند برای کمک به شرکت‌ها در تنظیم استراتژی یا درجات میزان دستیابی به اهداف کلان و خرد پایداری به کار برده شوند. قبول کردن میزان دستیابی به اهداف خرد توسعه پایدار مرتبط (با فعالیت‌های کسب و کار شما) که مورد تایید سازمان ملل است و دستیابی به آنها یا فرای آنها رفتن در زمان تعیین استراتژی یا اندازه‌گیری عملکرد شرکت در رابطه با مسائل، می‌تواند نشانه خوبی برای نشان دادن تعهدتان در رابطه با این اهداف به ذینفعان شما باشد.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با وریزون^{۱۲۷}

در اطلاع‌رسانی‌های خود چگونه با استانداردها همسو می‌شوید یا براساس آن‌ها گزارش می‌دهید؟

تعامل مداوم و شفاف با سرمایه‌گذاران، ما را یاری می‌کند تا انتظارات آنان از استانداردها و چارچوب‌های گزارش‌دهی ای‌اس‌جی را درک کنیم. با در نظر داشتن این که سرمایه‌گذاران مخاطبان اصلی ما در گزارش ای‌اس‌جی هستند، این گفتمان‌ها همچون راهنمای تعیین نحوه گزارش‌دهی ما بر اساس انواع استانداردهای گزارش‌دهی، عمل می‌کنند. گزارش ای‌اس‌جی ۲۰۱۹ ما شامل فهرست‌های با دسترسی آسان برای داده‌های ای‌اس‌جی، محتوای همسو با جی‌آر‌آی و ای‌اس‌بی و اصول پیمان جهانی سازمان ملل^{۱۲۸} می‌باشد. ما در نظر داشتیم که یک فهرست تی‌سی‌اِف‌دی^{۱۲۹} (مشابه فهرست‌های دیگر) تدوین کنیم، اما با توجه به وسعت و عمق این نوع اطلاع‌رسانی، تصمیم گرفتیم یک گزارش تی‌سی‌اِف‌دی

مستقل منتشر کرده و از طریق یک لینک از گزارش ای‌اس‌جی به آن ارجاع دهیم.

همچنین در گزارش ای‌اس‌جی، بخشی را به کمک‌های وریزون برای دستیابی به اهداف کلان توسعه پایدار سازمان ملل (اس‌دی‌جی‌ز) تخصیص دادیم. پنج هدفی را که وریزون در آن‌ها می‌تواند اثر منحصر به فرد و قابل توجهی ایجاد کند، برجسته کرده و آن‌ها را به بخش‌هایی از گزارش ای‌اس‌جی که جزئیات بیشتری درباره اهداف و فعالیت‌های مرتبط دارد، ارتباط دادیم.

بزرگترین چالش‌های شما در گزارش‌دهی بر اساس این استانداردها چه بود و چگونه بر آن‌ها غلبه کردید؟

هر یک از استانداردها و چارچوب‌های گزارش‌دهی، علیرغم شباهت‌هایشان، منحصر به فرد هستند. یکی از چالش‌هایی که با آن روبرو شدیم این بود که برخی از شاخص‌ها با سیستم‌های اندازه‌گیری که ما برای داده‌های

اجرائی داشتیم همخوانی نداشت، که تطبیق داده‌ها با شاخص‌های مورد نظر را دشوار و در برخی موارد غیر ممکن می‌سازد. در این موارد، تلاش کردیم تا حد ممکن شفاف باشیم و اشاره کردیم که چرا نمی‌توانیم داده‌ها را در قالب درخواستی ارائه داده و به سایر مطالب مرتبط در گزارش پیوند دهیم.



همچنین در گزارش ای‌اس‌جی بخشی را به کمک‌های وریزون در دستیابی به اهداف کلان توسعه پایدار سازمان ملل^{۱۳۰} (اس‌دی‌جی‌ز) تخصیص دادیم.

۳-۴ تاییدیه‌های نهایی را کسب کنید

گزارش‌های پایداری می‌بایست در فرایند تایید داخلی بررسی شوند تا از درستی و کیفیت آن‌ها اطمینان حاصل کرد. این فرایند برای هر شرکت متفاوت به نظر می‌رسد. درحالی‌که تاییدیه‌ها قبلاً موقتی یا غیر رسمی بودند، این فرایند در سال‌های اخیر ساختار مشخصی یافته است، زیرا شرکت‌ها ارزش استراتژیک روزافزونی در گزارش‌دهی پایداری دیده‌اند.

فرایند تایید نهایی، می‌بایست سیستم راهبری مشخصی داشته باشد و همانگونه که در گام ۲-۴ عنوان شد، لازم است حتی قبل از شروع تدوین گزارش آغاز شده باشد. صبر کردن برای گرفتن تاییدیه‌ها و دریافت بازخوردها از گروه‌های لازم، در زمان نهایی‌شدن پیش‌نویس، خطر تکرار گام‌های اصلی یا انجام دوباره بخش‌های مهم گزارش را افزایش می‌دهد. به منظور افزایش

احتمال تسهیل روند تایید نهایی، افراد فعال در سیستم مدیریتی و سایر تیم‌های مهم را شناسایی کنید، با پرسیدن نظرات آن‌ها برای طرح اولیه و ارزیابی آنان در سرتاسر این فرایند، از ابتدا آن‌ها را مشارکت دهید (اصل ۶ را ببینید)

به دلیل اینکه، اطلاعات پایداری و گزارش‌دهی در حال کسب اهمیت بیشتر است، حمایت و تایید اعضای هیات مدیره به طور فزاینده‌ای ضرورت می‌یابد. دبیر هیئت‌مدیره و سایر گروه‌های مربوطه را مشارکت دهید تا از بودن گزارش پایداری در دستور کار جلسه بعدی مطمئن شوید. در گذشته، اعضای هیات مدیره (یا در صورت امکان یکی از کمیته‌های شرکت) معمولاً درباره پایداری فقط به طور خلاصه شنیده بودند. اما از آنجائیکه مسائل پایداری در حال افزایش است و ارزش و اثرات آن‌ها بر عملکرد شرکت مشخص‌تر می‌شود، شرکت‌هایی که راهبری سازمانی محکمی در سطح هیات مدیره دارند، پیشگامانی هستند که اطمینان می‌دهند مسائل و اجرای پایداری، تنها به شکل بازی

تاکتیکی و اقدام اضافی بشردوستانه دیده نشود. با وجود اینکه در حال حاضر، تعداد اندکی از شرکت‌ها تایید هیئت مدیره را به عنوان بخشی از فرایند گزارش‌دهی در نظر گرفته‌اند، این نتیجه‌ی طبیعی گزارش‌دهی منظم به هیئت مدیره از طرف مدیران پایداری درباره روند پیشرفت پایداری است، و این امر به طور فزاینده‌ای ضرورت خواهد یافت زیرا شواهد درباره ارتباط میان عملکرد پایداری و عملکرد مالی در حال بیشتر شدن است. فرایند تایید نهایی همچنین ممکن است شامل تضمین شخص ثالث باشد. اگرچه انجام این کار برای گزارش دهندگان جدید ممکن است به دلیل هزینه و زمانبر بودن امکان پذیر نباشد، ضمانت^{۳۱} به دقت و کیفیت گزارش کمک می‌کند.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با عضو بی‌اس آر (ناشناس)

چه کسی گزارش نهایی پایداری را تایید می‌کند؟

در گذشته، گزارش‌های ما توسط معاون امور اجرایی شرکت تایید می‌شدند. امسال، تایید نهایی به معاون رییس استراتژی و پایداری، که یک پست جدید می‌باشد محول شده است، هرچند پیش از آنکه گزارش به این مرحله برسد بازبینی‌ها و تاییدهای اولیه را گذرانده است. برای مثال، در ابتدای فرآیند تهیه گزارش، مدیرعامل پیشنهادات خود را ارائه و طرح کلی محتوا را تایید می‌کند، که این کار باعث اطمینان از عدم نیاز به اصلاحات دوره‌ای عمده، در مراحل بعدی روند تهیه گزارش می‌شود. برای اطمینان از کیفیت و دقت گزارش نیز تیم حقوقی و سایر کارشناسان موضوعی مرتبط، گزارش را پیش از ثبت نهایی مورد بررسی قرار می‌دهند.

آیا تایید هیات مدیره برای گزارش پایداری لازم است؟

هیئت مدیره یک بخش رسمی در روند تایید نیست، اما کمیته ناظر بر مسائل ای‌اس‌جی در هیئت مدیره، جزئیات به روز شده گزارش را دریافت می‌کند و پس از آن ما پیشنهادات اعضای هیئت مدیره را دریافت می‌کنیم. از آنجا که همواره در گذشته، گزارش پایداری بر مخاطبان عام تمرکز داشته، هیئت مدیره بخشی از روند تایید رسمی نبوده است. امروزه، مخاطب به سرمایه گذاران و کارکنان تغییر یافته، و اگرچه گزارش نویسی اهمیت بیشتری یافته، ولی همچنان به صورت یک گزارش داوطلبانه باقی مانده است. از این رو، هیئت مدیره ملزم به تایید گزارش نیست، و مسئولیت با افرادی است که در تیم اجرایی هستند.



امروزه، مخاطب به سرمایه گذاران و کارکنان تغییر یافته، و اگرچه گزارش نویسی اهمیت بیشتری پیدا کرده، ولی همچنان به صورت یک گزارش داوطلبانه باقی مانده است.

گزارش را نهایی کرده و اطلاع رسانی کنید

گام چهارم



زمانی که محتوای گزارش تایید شد، می‌بایست آن را نهایی کرده و درباره آن اطلاع‌رسانی کنید. لحظه‌ای به هدف اصلی گزارش خود فکر کنید: در درجه اول گزارش را به چه منظوری نوشتید و مخاطبانی که امیدوار هستید آن را بخوانند چه کسانی هستند؟ گام چهارم درباره ارائه گزارش به هر دو مخاطب داخلی و خارجی شرکت است.

۱-۴ برای تدوین گزارش پایداری با روابط عمومی تماس بگیرید

بسیاری از گزارش‌های پایداری، برای تدوین، توسط تیم‌های روابط عمومی طراحی می‌شوند. در این مرحله با تیم طراحی و روابط عمومی همکاری کنید تا گزارشی واضح و از نظر بصری جذاب درست کنید. لازم نیست گزارش طراحی‌های زیادی داشته باشد، اما اینکه اطلاعات را برای مخاطب خود به طور شفاف ارائه کنید، مهم است.

به خاطر داشته باشید که ساختار گزارش می‌بایست از سالی به سال دیگر، ثابت و از قابلیت مقایسه برخوردار باشد. برای امکان مقایسه و افزایش آن، احتمالاً بهتر است طراحی و ترکیب‌بندی گزارش را هر سال مشابه نگه دارید، مگر اینکه بخواهید جهت استراتژیک خود را تغییر دهید. انجام این کار همچنین فرایند تدوین را برای چاپ‌های بعدی آسان خواهد کرد، زیرا انتظارات واضح‌تری درباره لحن، ظاهر و احساس، همچنین اندازه و عمق وجود خواهد داشت (مثلاً تعداد کلمات در هر صفحه و تعداد صفحاتی که برای پوشش دادن همه مسائل مهم لازم است) همانطور که در بخش ۱-۲ گفته شد، مخاطبان مختلف، ترجیحات بصری و نیازهای اطلاعاتی متفاوتی دارند. مثلاً بعضی از مخاطبان گزارش پی‌دی‌اف^{۱۳۲} را ترجیح می‌دهند تا بتوانند با استفاده از گزینه جستجو در متن^{۱۳۳} اصطلاحات یا برنامه‌های خاصی را پیدا کنند. سایر مخاطبان ممکن است گزارش تعاملی^{۱۳۴} که در سایت شرکت قرار داده شده یا محتوای آنلاین را که



ثبات و
قابلیت مقایسه

مرتباً به روز می‌شود و به طور مستقیم با چرخه سالانه تطابق ندارد، دوست داشته باشند. بعضی مخاطبان هم هر دو را دوست دارند. ساختار و طرح گزارش باید بازتاب مخاطب شما باشد. با طراحان همکاری کنید تا اطلاعات را به بهترین نحو ممکن به مخاطبان منتخب منتقل کنید. آیا از نظر بصری تحت تاثیر قرار می‌گیرند؟ آیا جداول داده را ترجیح می‌دهند؟ آیا روایت‌ها و تصاویر را دوست دارند؟ فرای اینکه چه طرحی را انتخاب می‌کنید، مطمئن شوید که اطلاعات گزارش شفاف بوده و پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی مخاطبان مورد نظرتان است، مخاطبانی که پیش از تدوین پیش‌نویس اولیه شناسایی کرده‌اید. طراحی و ساختار گزارش نباید اطلاعات درباره برنامه و کار پایداری شرکت را تحت الشعاع قرار دهد.

۴-۲ گزارش را منتشر کرده و در داخل و خارج - شرکت اطلاع‌رسانی کنید

اکنون که کار طراحی انجام شده و گزارش آماده انتشار است، از اطلاع‌رسانی به هر دو گروه مخاطبان داخلی و خارجی مطمئن شوید. در اینجا چندین راه برای افزایش اثر گزارش‌دهی شرح داده شده است.

داخلی:

- **گزارش را با کارکنان به اشتراک بگذارید:** گزارش را در سایت داخلی شرکت به اشتراک بگذارید، با ایمیل منتشر کنید، چند کپی در اتاق‌های استراحت و کافه تریای شرکت بگذارید یا جزء مطالبی که کارکنان جدید برای پیوستن به شرکت باید مطالعه کنند، قرار دهید.
- **جلسات گفتگوی داخلی برگزار کنید:** در سالن اجتماعات یا در جلسات شعبات درباره گزارش پایداری گفت و گو کنید.

- **به اقدام دعوت کنید:** برای جلب همکاری گروه‌های اصلی در نوآوری‌ها و بهبود پایداری، از استانداردهای اندازه‌گیری و اهداف گزارش استفاده کنید. برای شروع اقدام سریع در زمینه مسائل مهم بحرانی، این کار ممکن است نیاز به ایجاد "تیم‌های سبز"، فرصت‌های کار داوطلبانه منطبق با حوزه‌های دارای الویت، یا مشوق‌ها داشته باشد.

- **گزارش را با کسانی که مشارکت کرده‌اند به اشتراک بگذارید:** از مدیران اجرایی، ارائه‌کنندگان داده‌ها، شرکت‌های کوچک و متوسط و تمام کسانی که در فرایند گزارش‌دهی مشارکت کرده‌اند تشکر کنید و محصول نهایی را به آن‌ها نشان دهید تا به پایان فرایند کمک کند.

خارجی:

- **گزارش را در خارج شرکت منتشر کنید:** گزارش را در وب سایت شرکت قرار دهید و در شبکه‌های اجتماعی (مانند لینکدین^{۱۳۵}) ارائه کنید
- **گزارش را در فرایند استخدام، برجسته کنید:** گزارش را در منابع استخدام قرار داده و

- **لینک آن را در صفحه آگهی استخدام قرار دهید.**
- **با سرمایه‌گذاران در ارتباط باشید:** موضوعات مهم دارای اولویت را در گفتگوهای خود با سرمایه‌گذاران در نظر بگیرید و گزارش را در اختیار تحلیلگران داده‌ها قرار دهید. از گزارش به عنوان ابزار ارتباطی با تحلیلگران ای‌اس‌جی، ارزیاب‌ها و ارائه‌کنندگان داده استفاده کنید. تدوین بروشور کوچک یا " خلاصه یک صفحه‌ای" از اطلاعات مهم ای‌اس‌جی درباره مهم‌ترین موضوعات مربوط به سرمایه‌گذاران را در نظر داشته باشید. این صفحه از نکات برجسته را همزمان با گزارش مالی خود ارائه کنید.

- **به پرسش‌ها پاسخ دهید:** از گزارش برای پاسخگویی به تقاضاهای ذینفعان (مثل آژانس‌های رتبه‌بندی) استفاده کنید.

- **گزارش را با مشتریان اصلی خود به اشتراک بگذارید:** مسائل مهم / حرکت‌های نوآورانه یا ارزش‌های اصلی را که میان شما و مشتریان مشترک هستند، بیابید و از آن‌ها به عنوان فرصت‌هایی برای ایجاد ارتباطات از طریق همکاری در زمینه اولویت‌های مشترک استفاده کنید.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با سِمپرا انرژی^{۱۳۶}

چگونه گزارش را ارائه می‌کنید؟

به دلیل تمرکز و توجه روزافزون به پایداری و عملکرد ای‌اس‌جی در سالهای اخیر، فرآیند کلی آماده‌سازی و ارائه گزارش پایداری ما، رویکرد سخت‌گیرانه‌تری را در پیش گرفته است. با اینکه ما گزارش را در وبسایت پایداری خود^{۱۳۷} منتشر می‌کنیم، اما به طور مستقیم نیز از طریق کانال‌های مختلف رسانه‌ای با ذینفعان کلیدی ارتباط برقرار می‌کنیم تا اطلاعاتی درباره گزارش و پیوندهای مربوط به آن را، ارائه کنیم. در سال‌های گذشته، ما نسخه‌های چاپی گزارش را ارسال می‌کردیم، اما در تلاشی برای ایجاد سازگاری بیشتر با محیط زیست، تعداد نسخه‌های چاپی را تا حد چشمگیری کاهش داده‌ایم. همچنین تلاش می‌کنیم تا نسخه‌های چاپی گزارش پایداری ما را نیز تا حد امکان با محیط زیست سازگار کنیم.

گزارش را به چه کسانی و چگونه ارسال می‌کنید؟

ما تمرکز خود را بر ذینفعان کلیدی‌مان قرار می‌دهیم: سرمایه‌گذاران، مشتریان، کارکنان، شرکای تجاری، قانون‌گذاران، مقامات منتخب و سایر رهبران مهم جوامع محلی. این ارتباطات از راه‌های مختلفی از جمله پست الکترونیک، یادداشت‌های شخصی، مقالات و رسانه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد.



ما تمرکز خود را بر ذینفعان کلیدی‌مان قرار می‌دهیم: سرمایه‌گذاران، مشتریان، کارکنان، شرکای تجاری، قانون‌گذاران، مقامات منتخب و سایر رهبران مهم جوامع محلی.

گام پنج آموخته‌ها را مرور کرده و فرایند گزارش‌دهی را تکرار کنید.



پس از چاپ و اطلاع‌رسانی گزارش، درباره فرایند گزارش‌دهی فکر کرده، حتی برای سال موفق‌تری برنامه‌ریزی کنید. گزارش‌دهی، فرآیند یادگیری مداوم است و هیچکس آن را بدون نقص انجام نمی‌دهد.

۱-۵ فرایند را بازبینی کنید: عملکرد شما چگونه بود؟

چگونگی کار فرایند گزارش‌دهی امسال را مرور کنید. آیا پیچیدگی‌های غیر منتظره‌ای وجود داشت؟ آیا همکاران داخلی وجود دارند، که شما می‌بایست زودتر یا به روش متفاوتی با آنها همکاری می‌کردید؟ بازبینی فرایند گزارش‌دهی به شما کمک خواهد کرد تا از چالش‌هایی که با آنها مواجه شده‌اید درس بگیرید یا میزان موفقیت را افزایش دهید. گزارش‌دهی یک تمرین چرخه‌ای است. درس‌های آموخته از فرایند گزارش‌دهی را استفاده کنید تا از بهبود مستمر برای چرخه بعدی مطمئن شوید. همچنین به معیارهای رد یابی بعد از انتشار خود

گزارش (مثلاً تعداد بازدید صفحات، دانلودها، تاثیرات در شبکه‌های اجتماعی) و هرگونه تغییر در امتیازدهی و رتبه‌بندی پیش و پس از انتشار گزارش، توجه کنید.

۲-۵ رویکرد / برنامه بلند مدت گزارش‌دهی تنظیم کنید.

آخرین گام در فرایند گزارش‌دهی، توسعه یا اصلاح یک رویکرد استراتژیک برای سال‌های آتی است. در این استراتژی، استانداردهای اندازه‌گیری جدیدی را به صورت بالقوه برای اندازه‌گیری در سال آینده مشخص کنید، به منظور تکمیل اطلاع‌رسانی‌های کنونی، گزارش‌هایی که برای مسائل ویژه می‌خواهید سال آینده منتشر کنید را تعیین کنید، و سایر استانداردها و چارچوب‌های گزارش‌دهی که بر اساس آنها می‌خواهید گزارش‌دهی کنید، همچنین اقداماتی که انجام آنها ممکن است لازم باشد را در نظر بگیرید.

هدف اصلی از گزارش‌دهی، بهبود مستمر عملکرد از نظر پایداری و افزایش شفافیت به منظور امکان‌پذیر کردن تصمیم‌گیری‌های بهتر توسط ذینفعان داخلی و خارجی به یک میزان است. با گذشت زمان، می‌توانید تلاش‌های آرمانی‌تر گزارش‌دهی خود را به عنوان پیشگام در صنعت از نظر موفقیت تجاری و اثرات محیط‌زیستی و اجتماعی مطرح کنید.

مطالعه موردی: پرسش و پاسخ با میلیکام^{۱۳۸}

چرا یک رویکرد گزارش‌دهی بلندمدت را در پیش‌گرفتید؟

در میلیکام، گزارش‌دهی ای‌اس‌جی با سه هدف اساسی انجام می‌شود:

۱. اطلاع‌رسانی: آگاه‌سازی ذینفعان از عملکرد ای‌اس‌جی شرکت.

۲. ادغام: کار در سراسر سازمان برای اولویت‌بندی و مدیریت موضوعات ای‌اس‌جی.

۳. بهبود مستمر: اندازه‌گیری کاستی‌ها و ارزیابی فرصت‌ها برای گسترش به کل سازمان. به

این منظور، لازم بود فعالیت‌های گزارش‌دهی اصلی‌مان را در کوتاه مدت تقویت و یک رویکرد بلندمدت ایجاد کنیم.

تجربه‌های گزارش‌دهی قبلی ما نشان داده که برخی قابلیت‌ها برای توسعه، به یک افق زمانی چند ساله نیاز دارند (مانند: تعیین استانداردهای اندازه‌گیری و شاخص‌های جدید مطابق با استانداردهای گزارش‌دهی). رویکرد بلندمدت به ما اجازه داد تا ضمن اینکه هر ساله به سوی اهداف مشخصی حرکت می‌کنیم، قابلیت‌هایی

را نیز در طول چند سال ایجاد کنیم. تجزیه و تحلیل اصلی استراتژی ما شامل موارد زیر می‌شود:

- تعیین چارچوب‌ها و استانداردها به شیوه‌ای دوران‌دیشانه که برای کسب‌وکار و ذینفعان ما انتخاب‌های منطقی هستند.

- پرداختن به فرصت‌های بهبود که از طریق فرایند مستقل تضمین، مشخص شده‌اند.

- تعیین اهداف شفاف و جداول زمانی مرتبط.
- ایجاد قابلیت‌های انعطاف‌پذیری و پیش‌برای روندهای نوپدید.

- نیل به توافق همگانی و ایجاد ساز و کارهایی برای همکاری سیستماتیک با همکاران

در سازمان، و بویژه با بخش روابط عمومی با سرمایه‌گذاران^{۱۳۹} و تامین سرمایه، برای ادامه

ادغام موضوعات ای‌اس‌جی در بخش‌های مختلف گزارش سالانه ما و برای کاهش بخش‌های اضافه.

- اولویت‌بندی در پاسخ به پرسش‌ها و تقاضاهای متعدد برای کسب اطلاعات در زمینه ای‌اس‌جی که در طول سال دریافت کردیم.

هدف شما از استراتژی گزارش‌دهی‌تان چیست؟

رویکرد «هدایت و شکل‌دهی^{۱۴۰}» بلند مدت ما در ۴ هدف خلاصه می‌شود:

۱. تدوین گزارش سالیانه مختصر و گزارش‌های موضوع محور با اطلاعات مفید به منظور تصمیم‌گیری برای مخاطبان هدف.

۲. استفاده از استانداردهای اندازه‌گیری همسان و مرتبط از چارچوب‌ها و استانداردهای گزارش‌دهی، تا بتوانیم ارتباط خود را با وضعیت

متغیر و مورد نیاز امروزه و گزارش‌دهی حفظ کنیم.

۳. استفاده از این چارچوب‌ها جهت پیشبرد و بهبود عملکرد پایداری شرکت.

۴. شناسایی و توسعه قابلیت‌های مناسب برای تولید داده‌های قابل اطمینان، تا بتوان پیوند نزدیکی بین محتوای گزارش، اهداف و عملکرد برقرار کرد.

تا اینجا، چگونه این رویکرد در روند گزارش‌دهی شما مفید بوده است؟

به کارگیری یک رویکرد بلند مدت، ما را قادر ساخت تا نوعی توافق همگانی ایجاد کرده و روند گزارش‌دهی را با تمامی گردش کارهای شرکت یکپارچه کنیم. رویکرد «هدایت و شکل دهی» حاصله - که به طور مشترک با بی‌اس‌آر توسعه یافت - به خوبی مورد استقبال ذینفعان اصلی داخلی قرار گرفت. این موضوع به ما اجازه داد تا آگاهی، دانش و توافق عمومی را در بین شرکای داخلی مهم در مورد ارزش تجاری در اختیار داشتن داده‌های خوب و معتبر که ارائه آن‌ها در جدیدترین استانداردها و رویه‌ها الزامی است، به همراه اهداف مشخص و شفاف و نقشه راه چند ساله برای همه طرف‌ها که می‌توانند با آن همسو و مشارکت داشته باشند، تقویت کنیم. این امر ساختاری قوی را برای بهبود مستمر سیستماتیک فراهم می‌کند که در حال رخ دادن است و همانگونه که تصور می‌کردیم، محرکی است برای عملکرد بهتر، همانگونه که محرکی برای گزارش‌دهی بهتر نیز هست.

نظرات پایانی

با گسترش نقش گزارش‌دهی پایداری، نیاز فزاینده‌ای برای اطمینان از استانداردسازی و شفافیت وجود دارد. در حالی که پیشتر، گزارش پایداری عمدتاً به درخواست سرمایه‌گذاران انجام می‌گرفت، امروزه؛ همانند دستورالعمل گزارش‌دهی غیر مالی اتحادیه اروپا^{۱۴۱}؛ گزارش پایداری نیز در مراحل اولیه رسمی شدن از طریق فرآیندهای قانونی و حقوقی است. انتظار می‌رود که این فرایندها، روندهای موجود را شفاف ساخته و دو بعد میزان اهمیت را به عنوان اساس گزارش پایداری، تقویت کنند.

اختلالاتی مانند همه‌گیری کووید-۱۹، وابستگی متقابل میان پایداری و عملکرد کسب‌وکار را آشکارا نشان داده است. با گذشت زمان، شرکت‌ها می‌بایست استراتژی‌های گزارش‌دهی را طوری تنظیم کنند که ارتباط میان گزارش‌دهی مالی و پایداری را واضح‌تر نشان دهند. برای اطمینان از تاب‌آوری کسب‌وکارها

(در برابر مشکلات)، گزارش‌دهی‌های قابل مقایسه، استاندارد و یکپارچه^{۱۴۲}، بیشتر مورد نیاز است. چنین گزارش‌هایی می‌تواند هم نیازهای اطلاعاتی جدیدی را که ناشی از کووید-۱۹ و سایر شوک‌های سیستمی^{۱۴۳} آشکار شده است برآورده کند و هم تصمیم‌گیری، فرآیندهای مدیریت ریسک و عملکرد کلی شرکت‌ها را در بلندمدت تقویت کند.

درباره بی‌اس آر

بی‌اس آر یک سازمان غیر انتفاعی جهانی است که با شبکه خود که شامل بیش از ۲۵۰ شرکت عضو و سایر شرکا می‌باشد، برای ایجاد دنیایی عادلانه و پایدار کار می‌کند. بی‌اس آر، در شعبات خود در آسیا، اروپا و آمریکای شمالی، از طریق دادن مشاوره، تحقیق و همکاری بین بخشی، استراتژی‌های کسب و کار پایدار و راه حل ارائه می‌کند.

می‌توانید درباره ۲۵ سال تجربه بی‌اس آر در زمینه پایداری اطلاعات بیشتری کسب کنید. www.bsr.org را برای اطلاعات بیشتر ببینید.