



سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای



جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی

رویکرد اجتماعی در حمل و نقل (قسمت چهارم)

دفتر برنامه و بودجه

بهمن ۹۳

رویکرد اجتماعی در حمل و نقل (قسمت چهارم)

در قسمت‌های پیشین درباره اهمیت رویکرد اجتماعی در حمل و نقل و نیز مصادیق آن در این بخش سخن گفتیم. اما آنچه تاکنون بر آن تأکید کردیم، لزوم در پیش گرفتن رویکرد اجتماعی از سوی دولت است؛ حال آنکه بخش خصوصی نیز می‌تواند نقش به‌سزایی در این حیطة ایفاء کند و به دولت یاری رساند. در این قسمت می‌خواهیم به ظرفیت و مسئولیت بخش خصوصی در اتخاذ رویکرد اجتماعی در حمل و نقل و یکی از مهمترین شاخه‌های آن یعنی ایمنی راه پردازیم؛ موضوع نسبتاً جدیدی که در حوزه وسیع‌تر از آن با عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها» یاد می‌شود.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱ (CSR) موضوع بسیار مهمی است که در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است. وجود عنصر مسئولیت اجتماعی در یک سازمان به مفهوم آن است که سازمان به تأثیرات کوتاه‌مدت و بلندمدت عملکرد خود بر جامعه واقف است و در قبال آن احساس مسئولیت می‌کند. این امر، محصول تعهد اخلاقی سازمان به ذینفعان خود در نگاه نخست و به کل جامعه در نگاهی وسیع‌تر است. به‌عنوان مثال، یک شرکت خودروساز در جهان کنونی نمی‌تواند برکنار از تأثیرات زیست‌محیطی آلاینده‌ها و نیز آثار ویرانگر حوادث ترافیکی بر زندگی و سرنوشت مشتریان و سایر انسان‌ها در گوشه و کنار جهان باشد. با چنین رویکردی امروزه بسیاری از شرکت‌های معتبر جهان به عرصه کار اجتماعی روی آورده‌اند و حتی در کنار ارائه گزارش سالیانه مالی، اقدام به انتشار گزارش سالیانه مسئولیت اجتماعی می‌نمایند.

یکی از موضوعاتی که توجه شرکت‌ها را در حوزه مسئولیت اجتماعی به خود جلب کرده است، موضوع حمل و نقل و به‌طور مشخص ایمنی راه‌هاست. از آن‌جا که مسئله ایمنی راه‌ها با زندگی و

^۱- Corporate Social Responsibility

نجات جان انسان‌ها سروکار دارد، انگیزه زیادی را برای کار اجتماعی برمی‌انگیزد؛ به‌ویژه برای شرکت‌هایی که حوزه فعالیتشان به نوعی مرتبط با این حوزه است.

راه‌ها به‌طور معمول، دارایی دولت محسوب شده و توسط دولت‌ها کنترل و مدیریت می‌شود. این امر سبب شده که ایمنی راه‌ها، همواره به‌عنوان یک مسئولیت انحصاری دولتی شناخته شود. اما هم‌اینک این دیدگاه سنتی در حال تغییر بوده و گرایش به همکاری و مشارکت بخش‌های مختلف جامعه در ارتقاء ایمنی حمل‌ونقل رو به گسترش است. بخشی از این مشارکت جنبه انتفاعی دارد؛ از قبیل مشارکت در ساخت، توسعه و ایمن‌سازی راه‌ها. اما آنچه در این نوشته مدنظر ماست، فعالیت غیرانتفاعی شرکت‌ها در چارچوب مسئولیت اجتماعی است.

راهنمای آموزشی سازمان جهانی بهداشت و انستیتوی تکنولوژی دهلی که با عنوان «پیشگیری از صدمات حوادث ترافیکی»^۲ منتشر شده است، در خصوص لزوم همکاری در این حوزه چنین تأکید می‌کند: «اگرچه بخش دولتی مسئول ارتقاء و تضمین ایمنی راه‌هاست، اما به‌منظور حصول نتایج بهتر، بسیار ضروری است که سایر بخش‌ها نیز در این فعالیت درگیر شوند.»^۳

درگیری سایر بخش‌ها در این فعالیت، از دهه ۸۰ در قالب NGOها و نهادهای مدنی نمود یافت؛ اما شکل دیگری از مشارکت، به شکل مشارکت بخش خصوصی تجلی یافته است. در سال‌های اخیر بخش خصوصی متشکل از صنایع مختلف و شرکت‌های تجاری، علاوه بر مشارکت فنی و تکنیکی در پروژه‌ها، مشارکت فعال فرهنگی و آموزشی در حوزه حمل‌ونقل و ایمنی راه‌ها با ماهیت غیرانتفاعی و از منظر مسئولیت اجتماعی داشته است.

^۲ Road Traffic Injury Prevention (Training Manual)

^۳ - همکاری در ایمنی جاده‌ای: ضرورت، نتایج و نمونه‌ها؛ سلسله گزارش‌های آشنایی با مدیریت و تشکیلات حمل‌ونقل در سایر کشورها؛ دفتر بودجه و تشکیلات؛ فروردین ۸۷

مشارکت بخش خصوصی در ایمنی راه‌ها می‌تواند متأثر از وظایف ذاتی آن باشد؛ به‌عنوان مثال شرکت‌های حمل‌ونقل و شرکت‌های خودروساز واجد چنین ویژگی‌ای هستند. برخی شرکت‌ها اصولاً عامل ایمنی را به‌عنوان یکی از عوامل شهرت و اعتبار خود تعریف می‌کنند و در این حیطه حتی خود را متعهد به الزاماتی فراتر از الزامات قانونی می‌دانند. افزون بر این‌ها، عنصر مسئولیت اجتماعی عامل نسبتاً جدیدی است که حضور شرکت‌ها در متن جامعه را از مرزهای انتفاع مادی فراتر می‌برد. ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارای مصادیق متعددی است که از جمله آن‌ها می‌توان به مواردی همچون سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی، ارائه مشاوره رایگان، کمک به پروژه‌های تحقیقاتی و کمک به NGOها اشاره کرد.

در سال ۲۰۰۵، شرکت نفتی شل و پنج شرکت بزرگ خودروسازی جهان شامل فورد، جنرال موتورز، هوندا، رنو، تویوتا به همراه میشلن (سازنده لاستیک خودرو)، آغاز یک پروژه همکاری ۵ساله به ارزش ۱۰میلیون دلار را برای کاهش حوادث ترافیکی در کشورهای در حال توسعه اعلام کردند. پروژه مذکور با عنوان «ابتکار جهانی برای ایمنی راه‌ها» بر موضوعات کلیدی همچون عابران پیاده، کلاه ایمنی، کمربند ایمنی، آموزش کارشناسان و تدارک منابع مالی برای حمایت از برنامه‌های بهبود ایمنی راه‌ها در این کشورها تمرکز می‌کند. فعالیت مذکور از جمله موارد متعدد فعالیت‌هایی است که توسط «گروه مشارکت جهانی ایمنی راه‌ها»^۴ (ذیل بانک جهانی) سازماندهی می‌شود. این گروه در سال‌های اخیر و در نقاط مختلف جهان، با اعتقاد به لزوم همکاری دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی، شرکت‌ها را به مشارکت اجتماعی در ارتقاء ایمنی راه‌ها ترغیب کرده است.^۵

^۴ - Global Road Safety Partnership (GRSP)

^۵ - ایمنی راه‌ها: اولویتی جدید برای توسعه پایدار؛ سلسله گزارش‌های آشنایی با مدیریت و تشکیلات حمل‌ونقل در سایر کشورها؛ دفتر بودجه و تشکیلات؛ اسفند ۸۷

مشارکت مؤثر شرکت‌ها با ویژگی مسئولیت اجتماعی را می‌توان در بسیاری از کشورها خصوصاً کشورهای در حال توسعه و در چارچوب برنامه‌های توسعه‌ای مشاهده کرد که بخش عمده‌ای از آن‌ها با ابتکار گروه مشارکت جهانی صورت می‌گیرد. حضور دایملر کرایسلر در کمپین صندلی ایمنی کودکان در کشور تایلند و مساعدت هوندا در ارائه برنامه‌های آموزشی در مرکز آموزش موتورسیکلت‌رانی بانکوک، از ابتکارات دیگر این گروه است.

یکی دیگر از مهمترین موارد مشارکت بخش خصوصی در ارتقاء ایمنی راه‌ها، کمک این بخش به پروژه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی است. به عنوان مثال، شرکت ولوو امکان شبیه‌سازی کامپیوتری و غیرکامپیوتری برخوردهای ترافیکی را در مرکز هنر ایمنی سوئد فراهم آورده است. همچنین شرکت‌های ولوو و شل، به اتفاق، مرکز تحقیقات تصادفات تایلند را راه‌اندازی کرده‌اند. خودروسازان برای همکاری در این گونه پروژه‌ها، منطقاً باید رغبت بیشتری نشان دهند؛ چراکه در نتایج حاصل از آن سهم خواهند بود.

نکته قابل توجه در این میان آن است که حضور شرکت‌ها در چنین پروژه‌هایی با دیدگاه مسئولیت اجتماعی، در نهایت می‌تواند به ارتقاء سودآوری آن‌ها منجر شود. به عنوان نمونه می‌توان به شرکت ۳M اشاره کرد. این شرکت آمریکایی با داشتن ۶۷۰۰۰ کارمند در بیش از ۷۰ کشور جهان، از شرکت‌های پیشرو در ساخت مواد رفلکتیو و ادوات الکترونیکی کنترل ترافیک است. ۳M در ۱۵ پروژه گروه مشارکت جهانی برای ایمنی راه‌ها در ۵ کشور، هم در زمینه ارائه مشاوره و هم در اهداء کمک‌های مالی، مشارکت داشته است. این شرکت معتقد است که چنانچه این پروژه‌ها به موفقیت برسند، ۳M موفق خواهد شد؛ چراکه علاوه بر ارائه چهره‌ای شایسته از شرکت در کشورهای مختلف جهان، بازارهای بیشتری برای فروش مهیا خواهد گشت. دلیل این امر کاملاً واضح است: گسترش بازار فروش محصولات ایمنی، مستلزم درک دولت‌ها از تأثیرات زیان‌بار

مصدومیت‌ها و تلفات حوادث جاده‌ای بر روند توسعه است که پی‌آمد چنین درکی، اقدام به سرمایه‌گذاری برای ارتقاء ایمنی راه‌ها خواهد بود. ۳M بدون آنکه دیدگاه تجاری خود را پنهان کند، بر این نکته تأکید دارد که این دیدگاه در خدمت کاهش تلفات جهانی حوادث ترافیکی است. مشارکت بخش خصوصی حتی می‌تواند به صورت محدودتر، در چارچوب حوزه کاری و با هدف ارتقاء ایمنی کارکنان بخش، باشد. به عنوان مثال BP (بریتیش پترولیوم) در ژانویه ۲۰۰۴، یک استاندارد رسمی جامع برای رانندگی ایمن ارائه کرد. این استاندارد جدید شامل مجموعه‌ای از مقررات سخت‌گیرانه به هدف کاهش تعداد رانندگی‌های منجر به حادثه و تلفات در حین کار است. استاندارد مذکور از کارکنان BP و شرکت‌های طرف قرارداد می‌خواهد این مقررات را رعایت کنند که نشانگر احساس مسئولیت شرکت نسبت به سلامت و ایمنی کارکنان خود است.

ادامه این بحث را در قسمت بعد پی خواهیم گرفت.