

۱۵۶۹۴۲۴

رهبری سبز در چین

استراتژی‌های مدیریتی برگرفته از

مسئولیت‌پذیرترین سازمان‌های چین

به انضمام مدیریت سبز در ایران

نویسندگان:

سام یونساک لی، امیگین لای، راه‌امامی،

جی هیوک ری

تألیف و ترجمه از:

دکتر صادق فرامرزی،

سروین شمشیری میلانی،

نیما نوح پیشه

سرشناسه	لی، سام یونسوک Lee, Sam Yoonsuck
عنوان و نام‌پدیدآور	رهبری سبز در چین: استراتژی‌های مدیریتی برگرفته از مسئولیت‌پذیرترین سازمان‌های چین / نویسندگان سام یونساک لی، امبیگیالان راماسامی، جی هیوک ری؛ مترجمان صادق فرامریزی، سروین شمشیری، نیما نوح‌پیشه.
مشخصات نشر	تهران: فوزان، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	۱۶۸ ص.
شابک	978-600-7298-92-3
وضعیت فهرست‌نویسی	فیبیا
یادداشت	عنوان اصلی: Green leadership in China: management strategies from China's most corporately responsible: organizations, 2014.
عنوان دیگر	استراتژی‌های مدیریتی برگرفته از مسئولیت‌پذیرترین سازمان‌های چین.
موضوع	مدیریت محیط زیست -- چین Environmental management - China
موضوع	حقوق محیط زیست -- چین Environmental law -- China
موضوع	مسئولیت اجتماعی کسب و کار -- چین Social responsibility of business - China
شناسه افزوده	راماسامی، امبیگیالان Ramasamy, Ambigibalan
شناسه افزوده	ری، جی هیوک Rhee, Jay Hyuk
شناسه افزوده	فرامریزی، صادق، ۱۳۴۵، مترجم
شناسه افزوده	شمشیری میلانی، سروین، ۱۳۶۰، مترجم
شناسه افزوده	نوح‌پیشه، نیما، ۱۳۶۲، مترجم
رده‌بندی کنگره	۶۳۰ / ج ۹ / ۱۹۱ / ۱۶
رده‌بندی دیویی	۳۶۲ / ۱۵۱
شماره کتابشناسی ملی	۵۴۵۱



سازمان

رهبری سبز در چین

نویسندگان: سام یونساک لی، امبیگیالان راماسامی، جی هیوک ری
مؤلفان: دکتر صادق فرامریزی، سروین شمشیری، نیما نوح‌پیشه
شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول (۱۳۹۶)

حروفچینی و صفحه‌آرایی: اعظم فتحی

چاپ / صحافی: سیمرخ زرین / کیمیا

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن بطور کلی و جزئی (چاپ، فتوکپی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۹۲-۳

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

مرکز پخش: نشر فوزان

تهران، م انقلاب، خ لبافی‌نژاد بین کارگر جنوبی و اردیبهشت، نش کوچه درخشان پلاک ۲، ط اول.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

WWW.FOZHANPUB.IR

Email: fozhan.pub@yahoo.com

فهرست

صفحه	عنوان
۵	پیشگفتار نویسنده
۱۱	پیشگفتار مؤلفان
۱۳	زندگینامه نویسندگان
۱۷	مقدمه‌ای بر اهمیت توجه به ردای اکولوژیکی
۱۹	بخش اول: مقدمه و روش شناسی
۲۷	بخش دوم: بهترین روش‌های اجرایی در مدیریت اجتماعی سازمانی رهبران چین
۲۷	معیار اول: چشم‌انداز و چارچوب مدیریت سبز
۳۶	معیار دوم: فرآیند و گزارش مدیریت سبز
۵۵	معیار سوم: برنامه‌ریزی مدیریت تأمین‌کنندگان
۶۸	معیار چهارم: تغییرات آب و هوایی و حفاظت از تنوع زیستی
۸۳	معیار پنجم: سرمایه‌گذاری بر روی محیط زیست
۱۰۱	بخش سوم: چشم‌انداز قوانین سبز در کشور چین
۱۰۵	مدیریت سبز در ایران
۱۰۶	بیانات بزرگان
۱۰۸	سازمان حفاظت محیط زیست
۱۱۲	قوانین و مقررات سبز
۱۱۴	ارکان نظام مدیریت سبز
۱۱۷	شاخص‌های مدیریت سبز در کشور

پیوست شماره ۱: چک لیست انرژی	۱۲۵
پیوست شماره ۲: چک لیست پسماند	۱۳۰
پیوست شماره ۳: چک لیست کاغذ	۱۳۴
پیوست شماره ۴: چک لیست خرید	۱۳۶
پیوست شماره ۵: چک لیست حمل و نقل	۱۴۰
پیوست شماره ۶: چک لیست آب	۱۴۲
پیوست شماره ۷: چک لیست تدارکات	۱۴۵
پیوست شماره ۸: چک لیست هوا	۱۴۷
پیوست شماره ۹: چک لیست صدا	۱۴۹
انجمن مدیریت سبز ایران	۱۵۱
مدل مدیریت سبز	۱۵۳
اهداف و نتایج مورد انتظار از جاری سازی الزامات	۱۵۶

.....	۶۱
.....	۷۲
.....	۷۲
.....	۹۷
.....	۵۵
.....	۸۹
.....	۶۸
.....	۶۰۱
.....	۵۰۲
.....	۹۰۱
.....	۸۰۱
.....	۲۱۱
.....	۲۱۱
.....	۷۱۱

پیش‌گفتار نویسندگان

تغییر در ظاهر چین دیده می‌شود. هم‌اکنون طول عمر شهروندان این کشور بیشتر از همیشه است. چینی‌ها درآمد بالاتری دارند و از همیشه بیشتر مصرف می‌نمایند. شهرهایی مانند شانگهای و پکن تبدیل به رقبای مراکز بزرگ کسب و کار منطقه چون هنگ‌کنگ و سنگاپور شده‌اند. گزارش‌ها و خبرهای روزانه هشدارهایی از رشد نجومی اقتصاد این کشور و پیامدهای آن برای آینده می‌دهند.

از زاویه‌ای بازتر، حضور چین در سطح بین‌الملل بیشتر شده است و این موضوع موجب افزایش مسئولیت‌های خاصی برای دولت چین و شرکت‌هایی می‌شود که در چین فعالیت می‌نمایند. در زمانی که این کشور سال‌ها به عنوان بزرگ‌ترین جهان بود، خیلی‌ها چشم خود را بر پیامدهایی مضر که تولید بالای این کشور شد، بستند و بیشترین بخش این مضرات، محیط زیست را مورد توجه قرارداد و حالا در شریکی خود آمده‌ایم که انتشار آلاینده‌های کربنی، آلودگی شهری و آب غیر آشامیدنی در این کشور، کورد جهانی دارد.

در این راستا، رهبران چین اقداماتی را به منظور کاهش اثرات زیست محیطی و افزایش فرهنگ مسئولیت‌پذیری در سطح این کشور انجام داده‌اند. اما، به عنوان متخصصان معتقدند که طراحی و اجرای چنین قوانینی تا سطح زیادی ناموفق بوده است. به سه دهه استفانی بپیر^۱ از ژورنال حقوق بین‌الملل چین^۲، سه دلیل برای عدم موفقیت این قوانین وجود دارد: اولاً فن‌آوری‌ها و معانی مربوط به این موضوع مبهم می‌باشد. دوماً، در کلیه سطوح، قوانین وضع شده اجرا نمی‌شوند و در آخر مردم عادی، با اینکه به ظاهر علاقمند می‌باشند، اما در واقع به محیط زیست و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سازمانی بی‌تفاوت می‌باشند.

تحلیل پنج سال گذشته، درست بود، اما هم‌اکنون نظر عمومی چین در خصوص توسعه همگام با محیط‌زیست ارتقا پیدا کرده است. به طور کلی، بحث ما این است که چین در حال حاضر در یک تنگنا در رابطه با مسایل توسعه همگام با محیط‌زیست می‌باشد. از سوی دیگر،

چارچوب قانونی چین مدام از قانون‌گذاری مرکزی و سستی فاصله گرفته و به سمت آنچه با نیازهای بازارهای محلی مطابقت دارد، می‌رود. این شامل نیازهای ذینفعان^۱ سازمان‌ها به جز دولت نیز می‌شود. از طرف دیگر، بعضی اعتقاد دارند که چین باید از آنچه رویی^۲ به آن مرحله "محیط‌زیستی و مسئولیت اجتماعی" می‌گوید بگذرد. این مرحله شامل آن شرکت‌هایی می‌شود که مطابق با قوانین عمل می‌نمایند، نه به خاطر اینکه به آن اعتقاد دارند، بلکه به این دلیل که مجوز کسب آنان به این موضوع بستگی دارد.

مقاله کنه انسی با نام "مدیریت محیط زیستی سازمانی در چین: درس‌هایی از شرکت‌های برجسته" این شرکت‌هایی را معرفی می‌نماید که مستثنی از بی‌میلی به مسئولیت‌پذیری محیط‌زیستی رایج در بازار چین، عمل نموده‌اند. این مقاله رویکردی دوشاخه را برای بررسی رهبران در رابطه با مسئولیت محیط‌زیستی آنان، بررسی می‌گزیند. بررسی افشاگری سازمانی در رابطه با عملکرد محیط‌زیستی ارزش گام است که شامل زیربخش‌هایی همچون استراتژی، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌ها می‌شود. در گام بعدی، بهترین روش‌ها استخراج و رتبه‌بندی شده‌است. با اینکه تاکنون، مطالب زیست در این خصوص نوشته شده‌است، ولی به طور کلی تمرکز کمتری بر روی آرایه بهترین روش‌ها شده‌است. آنچه ما تلاش نموده‌ایم، طبقه‌بندی و رتبه‌بندی شرکت‌های برجسته چین و روش‌های اجرای آنان می‌باشد.

این شرکت‌های برجسته در حین انجام تحقیق که در تحقیق مشابه که چایلد و تسای^۳ در سال ۲۰۰۵ از شرکت‌های چینی انجام داده‌اند، مشخص شدند. دو گروه دنباله‌روهای بد نیت^۴ و کندروهای حقیقی^۵ که قبلاً نیز به آنان اشاره شده بود، در پایین‌ترین رتبه از لحاظ بی‌میلی به مسایل محیط زیستی قرار دارند و در سوی دیگر این طیف رهبران مطیع^۶ و رهبران مخلص^۷ قرار گرفته‌اند. این گروه با ذینفعان خود رابطه آزادی دارند که توانایی انجمن‌های استانداردهای محیط زیستی را به آنان می‌دهد. دیگر نکات برجسته در این تحقیق شامل موارد زیر می‌شود:

- به طور متوسط، شرکت‌های بزرگ‌تر نسبت به شرکت‌های کوچک‌تر تلاش گسترده‌تری برای مدیریت محیط‌زیست خود انجام می‌دهند.

1- Stakeholders

3- Child and Tsai

5- Pure Laggards

7- Sincere Leaders

2- Rowe

4- Grudging Following

6- Obedient Leaders

● فاصله قابل توجهی میان رهبران و کندروهای محیط زیستی وجود دارد. رهبران عملکرد بهتری در کلیه حوزه‌ها دارند که نشانه استراتژی محیط‌زیستی آنان در کلیه حوزه‌ها می‌باشد. همچنین، رهبران در حوزه‌هایی که در آن عملکرد بهتری دارند از لحاظ زیست محیطی تخصص دارند.

● شخصیتی که در میان رهبران مشترک می‌باشد، پیش‌روی از الزامات قانونی است. علیرغم راه‌های متفاوت آنان برای رسیدن به رهبری در حیطه محیط‌زیست، وجه مشترک آنان، تفکر و روش اجرایی آنان، فراتر از مرحله انطباق با قوانین و الزامات قانونی است. آنان قادرند که رابطه‌ای میان مدیریت محیط‌زیست و توسعه پایدار با مزیت رقابتی و مدیریت ریسک ایجاد نمایند.

وظیفه این کتاب، در سطح شرکت‌های چینی و گسترش محدوده آن به شرکت‌های بین‌المللی است که در چین فعالیت می‌نمایند. مطالعات کاربردی‌ای را که در این کتاب مطالعه می‌نمایید، بهترین روش‌های اجرایی شرکت‌های چینی هستند که همواره دارای جایگاهی ممتاز در رتبه‌بندی می‌باشند. مانند فورچون چین^۱ به عنوان متخصص در حیطه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها.

در کشور چین، مسئولیت در قبال جامعه بسیار مراست با بلوغ آن رشد نماید. ایجاد انگیزه درباره این موضوع باید تا موقع به حقیقت پیوستن آن مورد بحث قرار گیرد. آیا این موضوع یک شبه امکان‌پذیر خواهد بود؟ مطمئناً خیر. اما همانطور که این ما شاهد آن خواهیم بود، تلاش‌های دنباله‌داری در بخش خصوصی به وقوع پیوسته که خبر از توان بالقوه چین برای رشد در جایگاه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محیط‌زیستی می‌دهد.

نهایتاً، هدف اصلی این کتاب تنها آرایه اطلاعات و آموزش نیست بلکه ایجاد نیرو برای تغییر دیدگاه‌ها و اذهان در رابطه با چین به عنوان بزرگترین آلاینده جهانی به نوآفرین بازار می‌باشد و کاهش تأثیرات زیست محیطی برای شرکت‌هایی که در خاک آن فعالیت می‌نمایند.

بالا راماسامی شانگهای، چین

جی هیوک ری

سام یونساک لی

1- John Pabon

2- Keagan Rubel

3- Jenny Park

4- Springer Publishing

پیش‌گفتار مؤلفان

امروزه با توجه به روشی که ما به صورت بی‌پروا منابع زمین را مصرف می‌کنیم، این سؤال مطرح می‌شود که میراثی برای نسل آینده به جای خواهیم گذاشت؟ عمدتاً حفظ اکولوژی و توسعه پایدار، عنوان یک از مهم‌ترین ضروریات در راستای حفظ سیاره‌مان از تأثیرات مخرب گرم شدن زمین و تغییرات آب و هوایی است. پیچیده‌ترین موضوع که امروزه جهان با آن مواجه است تغییرات آب و هوایی است. تلاش‌های مستمری در جهان به منظور اندازه‌گیری و کاهش ریسک تغییرات آب و هوایی که مملکت آن فعالیت‌های انسانی است انجام شده است. هم اکنون حرکتی به سمت اقتصاد سبز در حال وقوع است و کلیه سازمان‌های دنیا می‌بایست نسبت به محیط زیست حساس باشند.

با افزایش آگاهی و عواقب زیست محیطی، کسب و کارها دیگر فقط نمی‌توانند به دنبال کسب سود باشند و چنانچه نسبت به جامعه و محیط زیست نگران نباشند، وضعیت ناامیدکننده خواهد بود. حرکت به سمت سبز شدن برای حفظ محیط زیست، تغییری اساسی در نحوه مدیریت کسب و کار ایجاد نموده است و حفظ محیط زیست تنها دغدغه دولت‌ها و آلوده‌کنندگان مستقیم محیط زیست بلکه دغدغه کلیه ذینفعانی است که نقش کلیدی در توسعه پایدار جامعه ایفا می‌کنند. به طور کلی دنیا درباره موضوعات زیست‌محیطی در اقتصاد جهانی بسیار نگران است. گازهای ساخت بشر نظیر هیدرو-فلوروکربن، اکسید نروژن، دی‌اکسید کربن و متان به عنوان گازهایی شناخته می‌شوند که دلیل اصلی تغییرات آب و هوایی هستند.

افزایش آگاهی در خصوص اخلاق و مسئولیت اجتماعی کسب و کار انگیزه‌ای برای تغییر تفکر و فعالیت‌های شرکت‌ها فراهم کرده و مدیریت سبز^۱ به عنوان یکی از بخش‌های مهم مسئولیت اجتماعی شرکتی، توجه تصمیم‌گیران را به خود جلب نموده است. در این رابطه، منطق تصمیم‌گیری به طور فزاینده‌ای از تأکید صرف بر عملکرد اقتصادی به توازن بر عملکرد اقتصادی و سبز در حال تغییر است. شرکت‌ها مجموعه‌ای از روش‌های سبز مانند حفظ محیط

زیست، ذخیره منابع کمیاب و تولید محصولات سلامت را انتخاب می‌کنند. بویژه در بازارهای نوظهور نظیر چین، شرکت‌ها بیشتر و بیشتر با فشارهای محیطی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی برای سبز شدن مواجه می‌شوند. به عنوان مثال، تأمین‌کنندگان چینی تویوتا مجبور به توسعه سیستم‌های مدیریتی محیط زیستی شدند. غالب شرکت‌های چینی نوعاً با کمبود توانمندی و منابع مواجهند و برایشان اقدام در حوزه مدیریت سبز به صورت مستقل مشکل است اما ایجاد همکاری‌های سبز با دیگر شرکت‌ها به منظور ساخت توانمندی‌های زیست محیطی ضروری است. مدیریت سبز که به اصطلاح با عبارت سبز شدن^۱ شناخته می‌شود به عنوان یک استراتژی محیطی پیش‌گیرانه اغلب مورد نگاه قرار می‌گیرد. امروزه شرکت‌ها تلاش می‌کنند فعالیت‌های مدیریت سبز را به سمت اصول اخلاقی کسب و کار^۲ و مسئولیت اجتماعی شرکتی^۳ هدایت کنند. از منظر اصول اخلاقی کسب و کار، مدیریت سبز می‌تواند عملکرد سازمانی را بهبود دهد در حالیکه به شرکت کمک می‌کند تا محیط طبیعی را حفظ و نگهداری نمایند. از نگاه دیگر، مسئولیت اجتماعی به ایرموسو^۴ اشاره دارد که مدیریت سبز کمک می‌کند شرکت‌ها عملکرد محیط زیستی‌شان را به منظور تحقق انتظارات مرتبط با ذینفعان نظیر دولت، سهامداران، کارکنان، مشتریان و اعضای جامعه بهبود بخشند.

لذا به منظور آشنایی بیشتر شرکت‌ها با الزامات ایرانی با اقدامات صورت گرفته توسط شرکت‌های موفق بین‌المللی در کشور چین در حوزه مدیریت سبز و مسئولیت اجتماعی و بهره‌گیری آن‌ها از این تجربیات بر آن شدیم تا کتاب حاضر را که حاصل زحمات محققان و متخصصین امر است ترجمه نموده و نسبت به چاپ این کتاب اقدام نماییم. امید است کتاب حاضر بتواند مورد استفاده مدیران کنونی و آتی ایرانی و سایر علاقه‌مندان فارسی زبان قرار گرفته و بهانه‌ای باشد جهت پرداختن و توجه بیشتر به موضوع مدیریت سبز و مسئولیت اجتماعی تا در کشور عزیزمان ایران شاهد اقدامات تحسین‌برانگیز در این حوزه بوده و رویکرد جدیدی در خصوص مسایل زیست محیطی را شاهد باشیم.

در انتها لازم می‌دانم از راهنمایی‌های گرانقدر استاد ارجمند جناب آقای دکتر ابطحی که در کلیه مراحل تهیه این کتاب همواره روشنگر مسیرمان بود تشکر ویژه‌ای نمایم.

1- Going green

2- Business ethics

3- Corporate social responsibility (CSR)

4- Irmoosoo