



بیانیه

هشتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ سازی در شبکه های اجتماعی) و جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت

۱۰ و ۱۱ بهمن ماه ۱۴۰۲

آفریدگار خالق زیبایی ها را سپاس که با اراده و تدبیر انجمن مدیریت ایران، برنامه ریزی شورای سیاست گذاری و اعضای هیات علمی برگزیده، افتخار حاصل گردید تا "هشتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی" و "هشتمین دوره جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت" را با حضور اندیشمندان، محققان، استادان، مدیران و دانش پژوهان کشور توسط انجمن مدیریت ایران و با همکاری دانشگاه خاتم برگزار نماییم.

این کنفرانس با هدف های زیر برنامه ریزی و اجرا گردید:

- ❖ شناسایی و مدیریت عوامل اثرگذار تعاملات شبکه های اجتماعی بر فرهنگ ملی؛
- ❖ ارائه الگو های موفق فرهنگ سازمانی در شبکه ها و رسانه های اجتماعی؛
- ❖ کاهش تهدید های فرهنگی و ارتقای ارزش های اخلاقی.

افتخار داریم که هم زمان با برگزاری این رخداد فاخر علمی، رونمایی از ۸ کتاب، که با حمایت علمی انجمن مدیریت ایران به چاپ رسیده را به شرح زیر حضورتان معرفی نمائیم:

- ۱- بررسی مسائل مدیریت دولتی و نظام ایرانی- دکتر علاء الدین رفیع زاده
- ۲- مدیریت منابع انسانی و دیجیتالی شدن- ترجمه: دکتر یاسمن نژیمنی، دکتر سمیه رحیمیان
- ۳- تلمیحات دیوان اشعار دهخدا- دکتر هژیر حیاتی دهلوی
- ۴- آشنایی با مفاهیم کاربردی بیمه های عمر و زندگی- مهران حسنخانی، هدیه ولی زاده، علیرضا شمس
- ۵- مدیریت لجستیک و کنترل اموال در پروژه های صنعتی - دکتر هژیر حیاتی دهلوی
- ۶- مدیریت بازاریابی- دکتر مریم حسینی، مایا مجرد اردکانی
- ۷- مجموعه ۵ جلدی هوش مصنوعی و کاربردهای آن- دکتر فردین شوریج، مهندس عرفان شوریج
- ۸- مدل اروپایی برای بهبود سازمان های بخش دولتی از طریق خودارزیابی- ترجمه: دکتر محمدرضا کوشگی، مجتبی رفیعی، بهناز سرمست

با عنایت به نتایج و دست آوردهای علمی، بیانیه کنفرانس شامل ۱۰ بند به شرح زیر اعلام و اجرای آن را که موجب اعتلا و تقویت فرهنگ سازمانی و مسئولیت های اجتماعی مدیریت در سازمان ها می باشد را خواستاریم:

۱. مفهوم **سواد فرهنگی** به سرعت در حال تغییر است. این مفهوم تنها به عنوان یک پیشرفت مهارتی منحصر به فرد و مستقل در یادگیری خواندن و نوشتن درک نمی شود، بلکه در ذات خود "رفتار و کردار اجتماعی" محسوب می گردد. شایسته است سازمان ها علاوه بر مفاهیم و مبانی اولیه فرهنگ سازمانی مانند تقویت ارزش ها و باورها، با تدوین شاخص های مناسب ارزیابی اثرگذاری خود بر جامعه و محیط زیست را چه در سطح ملی و چه در سطح جهانی در منشور اخلاقی و فرهنگی خود لحاظ نمایند.
۲. **فرهنگ سازمانی سبز** یکی از موضوعاتی است که هم بین افراد عادی و هم در میان نخبگان جامعه می تواند تعادل زیستی را از طریق معیارهای عملی و ادراکی محقق سازد. از این روی نیاز به اجرای فرهنگ سبز است زیرا توسعه این مفهوم، رشد اقتصادی پایدار را بر اساس سیاست های علمی و زیبایی شناسی، ترویج می کند.
۳. چالش های زیست محیطی از جمله آلودگی ها و گرمایش جهانی، سازمان ها را وادار به ارزیابی اقدام های حفظ محیط زیست می کند. در این خصوص تدوین برنامه های **مصرف گرایی سبز** سازمان ها را ترغیب می کند که بر انواع خدمات و محصولات سازگار با محیط زیست دقت و تمرکز اجرایی بیشتری داشته باشند و در مسیر بازیافت سالم، استفاده مجدد، حفاظت و بهبود محیط زیست تأکید بیشتری داشته باشند.
۴. یکی از شیوه های حفظ برتری و ارتقای اعتماد، تعهد و پای بندی به **حاکمیت شرکتی در چارچوب قوانین و فراتر از آن** در رفتار صادقانه، اخلاقی و پرورش فرهنگ شفافیت و پاسخگویی می باشد. در این زمینه لازم است تدوین خطمشی ها و مسئولیت ها به گونه ای باشد که تضمین تعهدات قانونی و اخلاقی را در بر گیرد.
۵. برنامه ریزی برای هم افزایی از طریق شبکه های اجتماعی، **گرده افشانی ایده ها** را تقویت و بینش های ارزشمندی را توسعه می دهد. نشر آگاهی، ایجاد هم سویی و ارتقای سبک زندگی، دست آورد های مهمی را در تحقق و استمرار پایداری خواهد داشت.
۶. بر این باوریم دست یابی به وفاق و هم سویی نیازمند **گاهش شکاف فرهنگی** است. یکی از مطلوب ترین اقدام ها برای تحقق این هدف بهره مندی از قدرت شبکه های اجتماعی می باشد. فناوری های شبکه های اجتماعی به فرصتی برای این مهم تبدیل شده تا با بهره برداری هوشمندانه بتوان بر تقویت مشارکت، افزایش رضایت و بهره وری همت گماشت.
۷. بهره گیری از شبکه ها و رسانه های اجتماعی موجب افزایش ارتباطها، ایجاد اعتماد، تسهیم و انتشار دانش، تشخیص زودهنگام اقدام های نادرست و تسهیل تغییرات مثبت و الهام بخش می شود. ضروری است **بهره برداری مولد از رسانه های اجتماعی** به عنوان یک مسیر ارتباطی رسمی و قدرتمند در تقویت عملکرد آینده مورد بررسی قرار گیرد.

۸. رهبران و مدیران به طور پویا به دنبال اخذ بازخورد از همکاران و ذی نفعان برای ارتقای خدمات و محصولات و به روز رسانی آن ها می باشند. در این زمینه یکی از اقدام های موثر می تواند گردآوری داده ها و اطلاعات حاصل از **تجربه مشتری برای ارتقا و بهبود بهره‌وری سازمانی** باشد که به سازمان ها احساس اطمینان بیشتری برای درک نیازهای فعلی و آتی ذی نفعان خواهد داد.
۹. بر این باوریم فرهنگ سازی مسئولیت اجتماعی می تواند نقشی مهم و اثرگذار به عنوان یک نظام مدیریتی همگام با فناوری های نوین و دیجیتالی شدن جهت همسوسازی راهبردها، ساختارها و فرآیند ها در حمایت از روش های خلاقانه و نوآورانه برای **پرورش سرمایه اجتماعی** در تولید و توسعه خدمات پایدار و شهروند محور ایفا نماید.
۱۰. اهتمام در تحقق الگوسازی و تقویت بنیان های تمدن فرهنگی یکی از مهم ترین هدف های بهره مندی از شبکه های اجتماعی می باشد که می تواند در غنا بخشیدن، ارتقاء و ترفیع مبانی علمی و کاربردی فرهنگی در رشد و توسعه آحاد جامعه، اثری پایدار، درخشان و ماندگار داشته باشد.

با آرزوی توفیق و سربلندی

برای میهن اسلامی عزیزمان

۱۰ و ۱۱ بهمن ۱۴۰۲