



## وظیفه همگان توجه، حمایت و شتاب‌دهی به توانمندی معلولان است

چهارمین همایش از مجموعه سمینارهای ۱۲ گانه تیکاف توسط اتاق بازرگانی اصفهان و به همت کمیسیون مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی برای حمایت از معلولان ذهنی - حرکتی (سندرم داون) برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، در این همایش **محمدرضا گل احمد، رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی شرکتی و عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان** اظهار کرد: کمیسیون مسئولیت اجتماعی اتاق بازرگانی هر هفته پنجشنبه‌ها در ساعت ۱۰ تا ۱۲ برای افراد دغدغه مند برگزار و علاقمندان در کمیته های کمیسیون شرکت می کنند. وی افزود: چهار کمیته بهداشت و درمان، محیط زیست، آموزش و کسب و کار در این کمیسیون وجود دارد که تیکاف حاصل همین کمیته چهارم است. رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی شرکتی و عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان تصریح کرد: گروه هایی در جامعه هستند که جزو لایه پنهان جامعه بوده که ما در مقابل آن برند و لایه پنهان الزام و وظیفه ای اجتماعی داریم. وی ادامه داد: تمام برندها و سرمایه گذاران فعال در حوزه کسب و کار باید یک بخشی از محصول و محتوای تولیدی خود را به افرادی در جامعه اختصاص دهند که مورد اهداف مسئولیت اجتماعی هستند.

گل احمد گفت: به عنوان نمونه افراد دارای معلولیت سندرم داون یک سری توانمندی هایی دارند که می توان از این توانمندی و هنر استفاده و آنها را تشویق کرد. وی ادامه داد: تعدادی از شرکت ها برای جذب هنرهای دستی معلولان سندرم داون اعلام آمادگی کردند که با کمک بخش های تخصصی در راستای توانمندسازی آنان می توان اقدام مناسبی انجام داد.

گل احمد با اشاره به اینکه وظیفه ما توجه، حمایت و شتاب دهی توانمندی معلولان است، اضافه کرد: هدف گذاری ما برای برگزاری ۱۲ تیکاف و هر ماه یک تیکاف در محل اتاق بازرگانی است.

رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی شرکتی اتاق بازرگانی اصفهان گفت: تاکنون سه ویژه برنامه در حمایت افراد تحت پوشش سازمان بهزیستی و آزادسازی زندانیان برگزار شده است.

وی ادامه داد: ما باید تیکاف را جهانی کنیم و تاکنون برای یک هزار نفر آموزش برگزار شده است و ۴۰۰ هزار نفر آموزش به روز انجام شده است و اردیبهشت ماه سال آینده تیکاف پنج برگزار می شود.

**مهرزاد انوری، مدرس و راهبر توسعه روان برند، پژوهشگر حوزه برندسازی و روانشناختی تحلیلی، استراتژیست برند** در حمایت از معلولان ذهنی - حرکتی (سندرم داون) در ایده های عیدانه تیکاف چهار با اشاره به اینکه بچه های سندرم داون فرشته های مهربانی هستند، گفت: برخی خانواده ها این کودکان دوست داشتنی را به مراکز مهد و نگهداری بهزیستی معرفی می کنند.

وی اضافه کرد: خیریه ها بر روی مسئولیت اجتماعی سایه انداخته است؛ اما هر برندی هم مسئولیتی در مقابل افراد معلول جامعه دارد. مدرس و راهبر توسعه روان برند تصریح کرد: هدف ما این است که معین کنیم، در دنیای برند چقدر باید بودجه مسئولیت اجتماعی اختصاص بدهیم. وی گفت: اگر سازمان ها در قرن آینده به مسئولیت اجتماعی توجه نکنند رو به زوال خواهند رفت و اخلاق کسب و کار بین مصرف کنندگان و شرکت ها کم رنگ می شود. پژوهشگر حوزه برندسازی و روانشناختی تحلیلی، استراتژیست برند افزود: ۶۹ مدل برای ارزش گذاری برند داریم که بریطیت - بازاریابی، تمایز - برندینگ، دانش - تبلیغات و احترام - برندینگ مهم ترین مدل های این اثرگذاری هستند. وی تأکید کرد: امروزه رقابت در سطح کارخانه ها نیست و مفهوم برند فراتر از محصول است و برند متعلق به آینده و به مفهوم محترمانه متمایز بودن است.

**محمود محمدیان، دکترای تخصصی مدیریت بازاریابی و عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، تدوین کننده نقشه علمی جامع بازاریابی کشور** گفت: زاویه دید ما از دید مشتریان و دردهای مشتری است.

وی با اشاره به فلسفه غرب و عیان کردن مشکلات و فلسفه شرق به عنوان نقطه مقابل این دیدگاه پرداخت و افزود: ما باید کسب و کارمان بچرخد تا بتوانیم به مسئولیت اجتماعی بپردازیم.

عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی بیان داشت: موفقیت در کسب و کار سازمانی است که انسان های موفق با یک تحولی که از درونشان شکل گرفته است آغاز کرده اند .

وی ادامه داد: ما باید بتوانیم نقش خود را خوب ایفا کنیم زیرا فرد موفق نقش خود را خوب ایفا می کند.

در پایان این همایش از تعدادی از معلولان نخبه و کارآفرین و نیز نوجوانان ورزشکار مدال آور سندرم داون و مربیان انجمن سندرم داون تقدیر به عمل آمد.