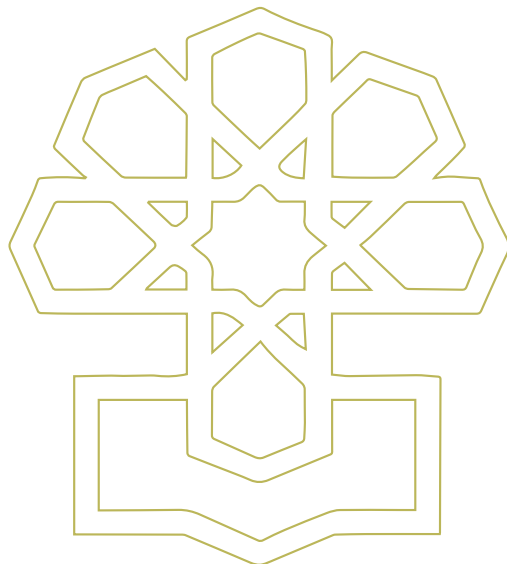




مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی



بررسی دستورالعمل موضوع بند «ط» تبصره «۹» ماده واحد قانون بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور؛ مصوبه ۱۴۰۲/۶/۸ هیئت وزیران حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دولتی



سینا شیخی

۱. مقدمه

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، تعهداتی است که بنگاه‌های اقتصادی و شرکت‌های تجاری در برابر جامعه دارند. پژوهشگران حوزه سیاست‌گذاری معتقدند واحدهای تجاری فراتر از مسائل اقتصادی نسبت به جامعه، محیط زیست، بهبود زندگی و سلامت کارکنان، شهروندان و سایر ذی‌نفعان مسئولیت دارند. از اواسط قرن بیستم کنترل آلودگی‌های زیست‌محیطی، ایمنی و سلامت محیط کار، ایجاد فرصت‌های برابر شغلی، ارتقای کیفیت محصولات شرکت و رعایت حقوق کارگران، جزء لاینفک مطالبات اندیشمندان علوم اجتماعی و جامعه از کارخانجات و شرکت‌های تجاری بوده است. این مطالبه تا آنجا گسترش یافته که تحقیقات مختلفی نشان می‌دهند، بی‌توجهی شرکت‌ها به این حوزه تأثیرات جدی بر اعتماد جامعه به آنها و به تبع بر فروش محصولات و خدمات آنها داشته است [۱].

سیاست‌گذاری این حوزه در جهان باید بر مسائل و چالش‌هایی فائق آید: سوءاستفاده سیاسی و اجتماعی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، سبز شویی، پول شویی و برقراری تعادل میان توسعه نشان تجاری^۱ اقتصادی و فعالیت اجتماعی. علاوه بر چالش‌های مذکور که موضوعاتی جهانی هستند، مسائلی مختص ایران در این حوزه برجسته هستند که باید به آنها توجه کرد: قوانین متکثر بدون متولی واحد در حاکمیت، ضمانت اجرایی ضعیف، پشتیبانی ضعیف قوانین در حوزه داخلی شرکت و مسائل کارگران، نبود قوانین در محورهای

مشخصات گزارش:



دفتر مطالعات اجتماعی

(گروه تعاون، مشارکتهای
مردمی و سرمایه اجتماعی)

شماره مسلسل:
۲۱۰۱۹۵۷۳

تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۱۱/۲



1. Branding

اظهار نظر کنندگان: ایمان تهرانی (دفتر اقتصادی)، فهیمه غفرانی (دفتر مدیریت)، ناظران علمی: (محمد رضا مالکی، صابر جعفری کافی آباد، محمد تقی ضرغام افشار، هادی افراسیابی)، ویراستار ادبی: (سیده مرضیه موسوی راد). صفحه آرا: (محمد دهقانی شهرابی)



نوظهور مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ضعف در مشوق‌ها. در نهایت نیز راه‌حلی از سوی سیاستگذاران برای موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اتخاذ می‌شود که دو ستون اصلی دارد که عبارتند از: شفافیت و جبران تأثیرات اجتماعی پروژه‌های شرکت. این دو بخش الزامی و تکلیفی در سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست، اما در بخش فعالیت‌های توسعه‌ای و داوطلبانه شرکت‌ها عمده توجه سیاستگذار معطوف به تشویق شرکت، انتخاب صحیح پروژه‌ها و جلوگیری از سبزشویی است [۲].

تصویر ۱. چالش‌های سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران



فرایند سیاستگذاری و تقنین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در دولت سیزدهم و مجلس یازدهم جدیت بیشتری پیدا کرد. کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی از اواخر سال ۱۴۰۰ با همکاری مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با تشکیل کمیته‌ای علمی در سال ۱۴۰۲ پیش‌نویس قانون مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را تدوین کرده و در نوبت بررسی خود قرار داده است.

دولت سیزدهم نیز از ابتدای روی کار آمدن خود به حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجهی ویژه کرد و در بُعد قانونی از ابتدای حضور دولت در پی تدوین یک آیین‌نامه در این حوزه بود. این آیین‌نامه، ابتدا در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پیگیری و تدوین اولیه شد و پس از چرخش میان بخش‌های دولت از جمله معاونت حقوقی، سرانجام این موضوع به شورای اطلاع‌رسانی دولت سپرده شد.

در هر صورت نتیجه کار در حوزه سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دولت در قالب دستورالعمل موضوع بند «ط» تبصره «۹» ماده واحده قانون بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور به سرانجام رسید و این دستورالعمل در تاریخ ۱۴۰۲/۶/۸ به تصویب هیئت وزیران رسید. در ادامه ضمن بررسی این دستورالعمل پیشنهادهایی برای اصلاح و ارتقای این سند ارائه خواهد شد.



■ ماده (۱): تعاریف

متن دستورالعمل: ماده (۱) - در این دستورالعمل، اصطلاحات زیر در معانی مشروح مربوط به کار می روند:

- ۱ رسانه: هر بستر مجازی یا حقیقی که انواع محتوا نظیر خبر، تحلیل، مصاحبه و گزارش را در قالب متن پایه، صداپایه و تصویر پایه منتشر می نماید، نظیر رادیو، تلویزیون، خبرگزاری ها، پایگاه های اطلاع رسانی و رسانه های برخط موضوع مواد (۱) تا (۳) آیین نامه اجرایی قانون مطبوعات، موضوع تصویب نامه شماره ۶۹۲۲۴/ت/۵۲۸۶۲-هـ مورخ ۸/۶/۱۳۹۵.
- ۲ تبلیغات: هر فعالیتی که در جهت اطلاع رسانی، آگاهی بخشی و معرفی و تبلیغ مأموریت ها، فعالیت ها و دستاوردهای دستگاه اجرایی انجام می شود.

۳ مسئولیت اجتماعی: مجموعه ای از فعالیت هایی که توسط ارکان ذی صلاح شرکت های دولتی شامل کلیه بانک ها و مؤسسات انتفاعی وابسته دولتی از جمله شرکت هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است، در چهارچوب قوانین و مقررات مربوط در راستای تأمین مصالح عمومی با رعایت منافع شرکت دولتی و با هدف رشد و پیشرفت متوازن جامعه و پیشگیری یا جبران آسیب های مختلف صورت می پذیرد.

۴ دستگاه اجرایی: دستگاه های موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶.

۵ جوامع محلی همجوار: گروهی از مردم که در مناطق فعالیت شرکت های دولتی، ساکن یا مستقر بوده و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از فعالیت های آنها تأثیر می پذیرند.

۷ سامانه: سامانه انتظام بخشی و شفاف سازی شیوه انجام مسئولیت اجتماعی و هزینه کرد دولت در حوزه اطلاع رسانی. **بررسی کارشناسی:** در بند «۳» این ماده مسئولیت اجتماعی تعریف شده که موضوعی عام است، اما در توضیح این اصطلاح موضوع خاص مسئولیت اجتماعی شرکت ها آمده است. تعریف هم بسیار کلی است و هیچ مؤلفه اصلی این حوزه مانند محیط زیست در آن ذکر نشده است.

■ ماده (۲): شفافیت در تبلیغات

متن دستورالعمل: ماده (۲) - دستگاه های اجرایی مکلفند اطلاعات مربوط به آن دسته از خرید یا استفاده از خدمات و محصولات حوزه های تبلیغات و رسانه را که میزان هزینه کرد آن به میزان نصاب معاملات متوسط و بالاتر باشد، صرف نظر از محل و منبع تأمین اعتبار، در سامانه ثبت نمایند.

تبصره - سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از شمول این ماده مستثنا می باشد.

بررسی کارشناسی: در این ماده حکم به شفافیت دستگاه های اجرایی در زمینه هزینه کرد در حوزه تبلیغات و رسانه شده اند و در تبصره این ماده صداوسیما به طور کل از آن مستثنا شده است. اگر ریشه این استثنا، تکرر و تعدد فعالیت های صداوسیما در این زمینه شده، می توان شفافیت را به حوزه معاملات بیش از حد متوسط در این سازمان تسری داد. دلیل موجه دیگری برای استثنا کردن سازمان صداوسیما از شفافیت در حوزه تبلیغات که از قضا حوزه های چالش برانگیز است به نظر نمی رسد.

■ ماده (۳): سرفصل های اختصاص منابع در حوزه اطلاع رسانی و تبلیغات

متن دستورالعمل: ماده (۳) - سرفصل های اختصاص منابع ناظر بر حوزه اطلاع رسانی، رسانه و تبلیغات به شرح زیر است:

- ۱ توجه به اطلاع رسانی، فرهنگ سازی، آگاهی بخشی و اقناع افکار عمومی در خصوص مأموریت ها و برنامه های دستگاه متبوع.
- ۲ امید آفرینی و تقویت اعتماد در مردم.
- ۳ پاسخگویی اقناعی و مستند به انتقادات، ابهامات و شبهات احتمالی پیرامون برنامه ها و عملکرد دستگاه متبوع.
- ۴ تبیین و توجیه برنامه ها و طرح های کلان ملی.
- ۵ مردمی سازی و جلب مشارکت عمومی.

بررسی کارشناسی: نکته مهم و مطلوبی که در این ماده به چشم می خورد اختصاص منابع به پاسخ گویی به انتقادات و ابهام هایی در عملکرد دستگاه هاست. این سرفصل در صورتی که بخشی از بودجه به گروه های مردمی و رسانه ها برای انتقادهای درست و سازنده از دستگاه های دولتی اختصاص یابد، جذاب تر و با انگیزه بیشتری اجرا می شود.

■ ماده (۴): تجویز به هزینه کرد شرکت های دولتی در مسئولیت اجتماعی

متن دستورالعمل: ماده (۴) - به منظور تأمین مصالح عمومی و ضمانت رعایت حقوق صاحبان سهام خرد، شرکت های دولتی می توانند علاوه بر تعهدات و تکالیف قانونی خود، سالانه بخشی از درآمد سال مالی گذشته را بر اساس آخرین صورت های مالی



حسابرسی شده، پس از طرح و تصویب در ارکان ذی صلاح مربوط به موضوع مسئولیت اجتماعی اختصاص دهند. تبصره - بر اساس ماده (۱۴۷) قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۶۶ با اصلاحات بعدی، هزینه‌های متحمل شده شرکت‌های دولتی از بابت مسئولیت اجتماعی که با رعایت مفاد این دستورالعمل صورت پذیرفته است، به عنوان هزینه قابل قبول مالیاتی پذیرفته می‌شود.

بررسی کارشناسی: یکی از اهداف هزینه‌کرد شرکت در مسئولیت اجتماعی «ضمانت رعایت حقوق صاحبان سهام خرد» عنوان شده است که این ضمانت ارتباطی با حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ندارد. در نهایت می‌توان گفت در هزینه‌کرد این حوزه باید به حقوق سهام‌داران نیز به عنوان شرط توجه شود، نه اینکه هدف تلقی شود. در نظر گرفتن هزینه در پروژه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به عنوان هزینه قابل قبول موضوع تبصره این ماده است. در عین اینکه این تبصره تشویقی است، اما جذابیت مالی خاصی ندارد. گزینه جایگزین می‌تواند در نظر گرفتن درصدی از اصل مالیات با سازوکاری شفاف و قابل سنجش به عنوان هزینه مسئولیت اجتماعی شرکت مورد قبول واقع شود که جذابیت بیشتری نیز برای شرکت‌ها خواهد داشت.

■ ماده (۵): سرفصل‌های اختصاص منابع در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

متن دستورالعمل: ماده ۵ - سرفصل‌های اختصاص منابع مربوط به مسئولیت اجتماعی به شرح زیر است:

- ۱ پیشگیری و یا جبران آسیب‌های ناشی از فعالیت شرکت‌های دولتی در ابعاد مختلف.
- ۲ پیشگیری و یا جبران خسارت‌های ناشی از حوادث و بلایای طبیعی و غیر مترقبه.
- ۳ تعالی بخشی و ارتقای کیفیت زندگی جوامع محلی همجوار بر اساس سبک زندگی ایرانی - اسلامی و زیست‌عقیانه با رویکرد محرومیت زدایی، خوداتکایی و شکوفایی ظرفیت‌های پیشرفت محلی.
- ۴ حمایت از اقشار کمتر برخوردار و یا نیازمند حمایت با رویکرد عدالت محوری و محرومیت زدایی.
- ۵ تقویت ارزش‌های اساسی جامعه و ترویج فرهنگ متعالی بر اساس آموزه‌های دینی به ویژه فرهنگ ایثار و شهادت.
- ۶ ارتقای پویایی، بالندگی و جوانی جمعیت در جهت تقویت اقتدار ملی.
- ۷ حفظ حقوق نسل‌های آینده با رویکرد ایجاد توازن و تعادل در استفاده از منابع و سرمایه‌های ملی.
- ۸ برخورداری ساختن جامعه از محیط زیست سالم و تأمین منابع حیاتی سالم (از قبیل هوا، آب، خاک و تنوع زیستی).
- ۹ ارتقای سلامت عمومی جامعه با رویکرد اولویت بخشی پیشگیری بر درمان.
- ۱۰ جهاد تبیین، معرفی آثار از جمله آثار فاخر، دستاوردها و ظرفیت‌های ملی و تکریم آنها.
- ۱۱ پیشگیری و یا جبران آسیب‌های اجتماعی.

بررسی کارشناسی: یکی از مهم‌ترین ایرادهای این آیین‌نامه عدم سیاست‌گذاری در نحوه هزینه و انتخاب پروژه است. موارد یازده‌گانه عنوان شده در سرفصل اختصاص منابع آن قدر وسیع و قابل تفسیر است که ذکر یا عدم ذکر آن در نحوه هزینه‌کرد تغییری ایجاد نمی‌کند. مواردی مانند تعالی بخشی و ارتقای کیفیت زندگی و تقویت ارزش‌های اساسی جامعه تقریباً هر فعالیتی را شامل می‌شود.

در نظر گرفتن شرایط هزینه‌کرد در قالب مسئولیت اجتماعی بر اساس اسناد آمایش سرزمین و تدوین اسناد نیازمندی‌های مناطق مختلف کشور راه‌حلی برای کارآمدی مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست که در این دستورالعمل مغفول واقع شده است.

■ ماده (۶): تصویب و ثبت طرح‌های پیشنهادی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سامانه

متن دستورالعمل: ماده ۶ - شرکت‌های دولتی مکلفند طرح‌های پیشنهادی ایفای مسئولیت اجتماعی را پس از تصویب در ارکان ذی صلاح و تأیید بالاترین مقام هر دستگاه، در سامانه ثبت نمایند.

تبصره - طرح پیشنهادی باید مشتمل بر مصوبه مراجع ذی صلاح شرکت دولتی، مبانی توجیهی و برنامه عملیاتی طرح مورد نظر، میزان هزینه‌کرد و چگونگی انطباق طرح مزبور با سرفصل‌های موضوع ماده (۵) این دستورالعمل باشد.

بررسی کارشناسی: این ماده و تبصره دو موضوع را مطرح می‌کند. یکی تصویب پروژه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در مراجع ذی صلاح و دیگری بارگذاری دلایل توجیهی، اطلاعات و هزینه‌های مربوط به پروژه‌های این حوزه. از آنجاکه هر حکم بهتر است ذیل یک ماده نوشته شود، شایسته است این دو بحث در دو ماده مجزا بیان شود. علاوه بر این تصویب پروژه‌ها توسط مراجع ذی صلاح ابهام دارد که خلاف ماده (۹) سیاست‌های کلی نظام قانونگذاری است.

اما موضوع مهم‌تری که در این ماده مستتر بوده، عبارت شرکت‌های دولتی است. باید توجه داشت بسیاری از شرکت‌های موجود



در دولت سهام‌شان مستقیماً برای دولت نیست و نهادهای عمومی غیردولتی و مانند اینها سهام‌دار بوده و دارای حق رأی هستند. اگر صرفاً شرکت‌های دولتی را مدنظر بدانیم حتی بسیاری از پتروشیمی‌ها از این دستورالعمل خارج می‌شوند. پیشنهاد می‌شود: عبارت شرکت‌های دولتی با عبارت تمامی شرکت‌هایی که دولت در آنها سهام‌دار است جایگزین شود.

■ ماده (۷): ثبت نظر شخصیت‌های حقوقی و حقیقی به‌عنوان پیشنهاد پروژه

متن دستورالعمل: ماده ۷ - کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی می‌توانند پیشنهادهای خود مبنی بر تخصیص منابع مربوط به مسئولیت اجتماعی را جهت ارائه به نهادهای مشمول در سامانه ثبت کنند. نهادهای مشمول می‌توانند از میان پیشنهادهای ثبت شده در سامانه و یا غیر آن برای ایفای مسئولیت اجتماعی انتخاب نمایند.

بررسی کارشناسی: یکی از مهم‌ترین موضوعات این دستورالعمل ماده (۷) است که ذیل آن یک نظرخواهی عمومی و مشارکت‌خواهی در حوزه تصمیم‌گیری قرار دارد. بدین صورت که مردم می‌توانند پروژه‌های مورد نیاز خود را در سامانه ثبت کنند تا مسئولین یک آمایش سرزمین عملیاتی و انضمام بدون هزینه داشته باشند. این رویکرد گام مهمی در مردمی‌سازی و دخالت دادن مردم در تصمیم‌گیری‌هاست که در مقدمه قانون اساسی و اصل سوم این قانون تصریح شده است.

■ مواد (۸ و ۹): ثبت، نظارت و ارزیابی اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

متن دستورالعمل: ماده ۸ - سامانه با امکان ثبت عملیات مرتبط، گزارش‌گیری و ارزیابی لحظه‌ای و برخط اقدامات انجام شده کلیه دستگاه‌ها، توسط مرکز فناوری اطلاعات نهاد ریاست جمهوری ظرف یک ماه از زمان ابلاغ این دستورالعمل از محل اعتبارات مصوب مربوط ایجاد و نگهداری می‌گردد.

تبصره - کلیه مراحل فرایند اجرایی مربوط به حوزه مسئولیت اجتماعی، شامل ثبت پیشنهادها از سوی کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی، انتخاب طرح‌ها و برنامه زمان‌بندی اجرایی و نیز مراحل مالی در فرآیند اجرا و تخصیص منابع و گزارش‌های تأیید شده پیشرفت طرح باید در سامانه ثبت شوند.

ماده ۹ - نظارت بر اجرای این دستورالعمل و راهبری سامانه، برعهده شورای راهبری متشکل از رئیس شورای اطلاع‌رسانی دولت (مسئول) و نمایندگان تام‌الاختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، معاونت اجرایی رییس‌جمهور و دستیار رییس‌جمهور در امر مردمی‌سازی دولت است.

تبصره - شورای راهبری موظف است گزارش اقدامات انجام شده، نحوه تجهیز و تخصیص منابع و عملکرد دستگاه‌ها و میزان انطباق فعالیت‌های صورت گرفته با سرفصل‌های موضوع مواد (۳) و (۵) این دستورالعمل را در مقاطع زمانی شش ماهه به رییس‌جمهور و هیئت وزیران ارائه نماید.

بررسی کارشناسی: ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پروژه‌های این حوزه یکی از موضوعات مهم و چالش‌برانگیز مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. بسیاری معتقدند خودارزیابی شرکت‌ها شامل فعالیت‌های مضر و مخرب شرکت‌ها به‌ویژه در حوزه محیط زیست و کارگران نخواهد بود، اما سپردن نظارت و ارزیابی این حوزه بسیار تخصصی و چندرشته‌ای اجتماعی - اقتصادی به مرکز فناوری اطلاعات نهاد ریاست جمهوری کمی نامتناسب به نظر می‌رسد، البته وزارت تعاون، رفاه و کار اجتماعی، وزارت صمت و وزارت اقتصاد به دلیل مالکیت شرکت‌های دولتی در ارزیابی این پروژه‌ها تعارض منافع خواهد داشت، اما تشکیل شورای ذیل سازمان محیط زیست با حضور نهادهای علمی و دانشگاهی می‌تواند ناظر بهتری برای این حوزه باشد. در غیر این صورت ثبت برخط گزارش‌ها و قضاوت عمومی و محلی قابل ثبت در سامانه، می‌تواند ناظر بهتری به حساب آید. در نهایت باید با تخلفات و اظهارات غیرواقع‌طی مراتبی برخورد شود تا ضمانت اجرایی صحت گزارش‌ها لحاظ شود.

اما همین ارزیابی که در ماده (۸) به مرکز فناوری اطلاعات ریاست جمهوری سپرده شده به اضافه نظارت بر انجام این دستورالعمل، در ماده (۹) به شورایی با ریاست رئیس شورای اطلاع‌رسانی دولت! و نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، معاونت اجرایی ریاست جمهوری و دستیار رئیس‌جمهور در امر مردمی‌سازی دولت سپرده شده است. شورای نظارتی ماده (۹) موازی با نظارت موضوع ماده (۸) که اصلی‌ترین نمایندگان و فعالان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مانند سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت نفت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت آموزش و پرورش در آن غایب هستند!

■ مواد (۱۰ و ۱۱): الزام بر اجرای دستورالعمل و ضمانت اجرایی آن

متن دستورالعمل: ماده ۱۰ - رعایت مفاد این دستورالعمل در خصوص کلیه فعالیت‌هایی که توسط دستگاه اجرایی صورت پذیرفته و داخل در تعاریف موضوع بندهای (۱)، (۲) و (۳) ماده (۱) این دستورالعمل باشد، اعم از آنکه فعالیت مزبور تحت عناوین مذکور در این بندها و یا غیر آن صورت گرفته باشد، الزامی است.



ماده ۱۱ - در صورت تخطی از اجرای احکام این دستورالعمل، گزارش مربوط جهت تصمیم گیری و اقدام قانونی لازم علاوه بر رئیس جمهور و هیئت وزیران به عالی ترین مقام مربوط ارائه می گردد.

بررسی کارشناسی: این دو ماده به ضمانت اجرایی و ضرورت عمل به دستورالعمل پرداخته که در جای خود امری مطلوب است، اما تخطی از آن را بر عهده رئیس جمهور، هیئت وزیران و عالی ترین مقام مسئول سپرده است، که متناسب شأن و وقت ایشان نیست. بهتر بود با تعریف یک تخلف اداری ضمانت اجرایی این دستورالعمل واقعی تر نوشته می شد.

۳. جمع بندی و نتیجه گیری

سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت ها یک حوزه نوظهور و چند وجهی (اجتماعی - اقتصادی - سیاسی) و در عین حال بسیار اثرگذار در جهان امروز است. شاید برخی مسئولیت اجتماعی شرکت ها را موضوعی تشریفاتی و لوکس بدانند، اما همین موضوع به مهم ترین بحث در حوزه اجتماعی و تغییرات اقلیمی در دنیای امروز بدل شده است. تغییر روابط سیاسی اروپا و آمریکا با خارج شدن ترامپ از معاهده اقلیمی پاریس و تعیین کنندگی آن در تجارت جهانی امروز و مالیات ها نشان داد که این مسئله تا چه میزان اهمیت دارد.

دستورالعمل حاضر تلاش دولت برای ساماندهی این عرصه به دلایل مختلف ایجابی (کمک در حل مشکلات کشور) و سلبی (جلوگیری از سوءاستفاده ها) بوده است. مشارکت خواهی از مردم برای انتخاب پروژه و در نظر گرفتن سامانه ای برای شفافیت این عرصه از بهترین نقاط این مقرر هستند، اما برخی از مهم ترین بزرگانه های حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در این دستورالعمل مسکوت مانده و نمی تواند پیشرفتی در این حوزه ایجاد کند.

مهم ترین ایرادهای وارد به دستورالعمل حاضر به این شرح هستند:

- ۱ متولی غیر متناسب (شورای اطلاع رسانی دولت) با مسئولیت اجتماعی شرکت ها،
 - ۲ در نظر نگرفتن مهم ترین بازیگران عرصه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در دستورالعمل، مانند سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت نفت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت آموزش و پرورش،
 - ۳ بی توجهی به آمایش سرزمین و انتخاب پروژه های مسئولیت اجتماعی بر مبنای یک آمایش سرزمینی،
 - ۴ نداشتن برنامه و ایده ای برای جلوگیری از سبزشویی.
 - ۵ در کنار هم قرار دادن دو حوزه مستقل اطلاع رسانی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها در یک دستورالعمل
- در نهایت پیشنهاد می شود با توجه به اهمیت این حوزه و نبودن قانون در آن، این دستورالعمل مقدمه تدوین یک لایحه قانونی در دولت باشد.

منابع و مآخذ

۱. حساس یگانه، یحیی و قدرت اله، برزگر. مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری، مجله حسابداری مدیریت، ش ۶۶، ۱۳۹۳.
۲. گزارش مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، شیخی، سینا و عزت آبادی پور، حسام، گزارش بررسی سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران و جهان، شماره مسلسل ۱۸۷۹۲، ۱۴۰۰.

گزیده سیاستی

گزارش ارزیابی دستورالعمل موضوع بند «ط» تبصره «۹» ماده واحده قانون بودجه سال ۱۴۰۲ در حیطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها به نقد و بررسی این دستورالعمل پرداخته است. تولید نامتناسب، بی توجهی به مفاسد بالقوه و آمایش سرزمینی و البته توجه به شفافیت و اطلاع رسانی به عموم جامعه از نکات منفی و مثبت این دستورالعمل است.

