



மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக்கழகம்

திருநெல்வேலி

தொலைதூர மற்றும் தொடர் கல்வியின்  
இயக்குனர்



எம்.காம்

கார்ப்பரேட் சமூக பொறுப்பு (CSR)

## யூனிட் I

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் (CSR) கருத்து மற்றும் பொருள்:

CSR இன் பொருள் மற்றும் வரையறை - CSR இன் பரிணாமம் -

உலகளாவிய கண்ணோட்டத்தில் இந்திய சட்டத்தில் CSR - CSR

கொள்கைகள் - CSR கோட்பாடுகள் - CSR மற்றும் நிலையான வளர்ச்சி

இலக்குகள். CSR மற்றும் கார்ப்பரேட் ஆளுகை - CSR இன் இயக்கிகள்

- தொண்டு கருத்து - பெருநிறுவன குடியுரிமை - பெருநிறுவன

பரோபகாரம்.

யூனிட் ।

**CSR என்பதன் அர்த்தம்**

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) என்பது சட்ட, நெறிமுறை, சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தரநிலைகளின் தொகுப்பிற்கு நிறுவனங்கள் தங்களைத் தாங்களே வைத்திருக்கும் ஒரு பொறிமுறையாகும். இது வணிக சுய-கட்டுப்பாட்டு வடிவமாகும்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) என்பது நெறிமுறை மதிப்புகள் மற்றும் மக்கள், சமூகங்கள் மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கான மரியாதை ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வெளிப்படையான வணிக நடைமுறைகளைக் குறிக்கிறது. நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிக செயல்பாடுகள் மற்றும் அவர்களின் பங்குதாரர்களுடனான தொடர்புகளில் சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் கவலைகளை ஒருங்கிணைக்கும் மேலாண்மை கருத்து.

CSR பதிலளிக்கும் அடிப்படை கேள்வி என்னவென்றால், நிறுவனங்கள் நல்ல வணிக நடைமுறைகள் மூலம் சிறந்த சமுதாயத்திற்கு பங்களிக்கக்கூடிய வழிகள் ஆகும். CSR என்பது நிறுவனங்கள் எவ்வாறு ஈடுபடும் ஈட்டுகின்றன என்பதை விட நிலையான சூழலில் ஈடுபடும் ஈட்டுகின்றன. பல நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகங்களில் தார்மீக நடைமுறைகளின் பொருத்தத்தை உணர்ந்து வருவதால், CSR பல்வேறு கலாச்சாரங்கள், சமூகங்கள் மற்றும் நாடுகளுக்கு ஏற்ப அதன் வரையறைக்கு புதிய பரிமாணங்களைச்

சேர்க்கிறது.

முதல் தலைமுறை CSR என்பது லாபத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கான பரோபகார வழிகளைப் பற்றியது, இரண்டாவதாக நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளின் எதிர்மறையான தாக்கங்களைக் குறைப்பது மற்றும் தற்போது மூன்றாம் தலைமுறை CSR ஆனது சமூக, சுற்றுச்சூழல் மற்றும் பொருளாதாரக் காரணிகளைக் காட்டிலும் வணிகச் செயல்பாட்டின் தொடக்கப் புள்ளியாக இருந்து வருகிறது. மற்றும். வளர்ந்து வரும் சிஎஸ்ஆர் கருத்து, தொண்டுக்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் நிலையான வாழ்வாதாரத்திற்கான திறனைக் கட்டியெழுப்புவதாக மாறி வருகிறது, அதாவது வணிகம் மற்றும் சமூகத்திற்கான பகிரப்பட்ட மதிப்புகளை உருவாக்குகிறது.

வளங்கள் பற்றாக்குறையாகி, மக்கள் தொகை அதிகரித்து வரும் நேரத்தில், மக்கள், அரசாங்கங்கள் மற்றும் வணிகங்கள் எதிர்கொள்ளும் முக்கிய சவாலானது சாத்தியமான வளர்ச்சியின் நிலையான வடிவங்களைக் கண்டறிவதாகும். இந்த நோக்கத்திற்காக, ஆபத்து மற்றும் இணக்க நிர்வாகத்தின் வளர்ச்சிக்கு CSR ஒரு ஊக்கியாகவும் பார்க்கப்படலாம். அது செயல்படுவது மட்டுமல்ல

கார்ப்பரேட் பொருளாதாரத்தின் பழுதுபார்க்கும் அமைப்பாகவும் ஆனால் சந்தைப் பொருளாதாரத்தின் முறையான மாற்றமாகவும். நிறுவனத்தின் முக்கிய மூலோபாயத்துடன் நெருக்கமாக தொடர்புடைய தார்மீக மதிப்புகளின் அமைப்பின் அடிப்படையில்

வலுவான ஒருங்கிணைந்த முன்னோக்கு தேவைப்படுகிறது. CSR ஐ உண்மையாக உணர்ந்து கொள்வதற்கு பொருத்தமான ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட கட்டமைப்புகள் மற்றும் மிகுந்த நேர்மையுடன் பணியாளர்கள் தேவை. எனவே, இது தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன நெறிமுறைகளின் விஷயமாகிறது.

நிறுவனத்தின் முக்கிய வணிகத்தின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாக CSR கருதப்பட்டால், வணிகத்தின் போட்டித்தன்மையை அதிகரிக்கவும், மனித வளங்களின் செயல்திறனை அதிகரிக்கவும், பிராண்ட் இமேஜ் மற்றும் நற்பெயரை மேம்படுத்தவும், வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை வலுப்படுத்தவும் மற்றும் சமூகத்திற்கு செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான மதிப்பை அதிகரிக்கவும் முடியும்.

### **ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் CSR இன் அதிகாரப்பூர்வ வரையறை**

ஐரோப்பிய ஒன்றியம், நிலையான வளர்ச்சியில் முதலீடு செய்ய விரும்பும் நிறுவனங்களுக்கு ஒரு கட்டமைப்பை வழங்கும் முயற்சியில், 2001 இல் CSR ஐ வரையறுக்கும் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு குறித்த பசுமைக் கட்டுரை வெளியிடப்பட்டது:

“நிறுவனங்களின் சமூக மற்றும் சூழலியல் அக்கறைகளை அவர்களின் வணிக நடவடிக்கைகள் மற்றும் அவர்களின் பங்குதாரர்களுடனான உறவுகளில் தன்னார்வ ஒருங்கிணைப்பு. சமூகப் பொறுப்புடன் இருப்பது என்பது பொருந்தக்கூடிய சட்டக் கடமைகளை முழுமையாகத் திருப்திப்படுத்துவது மட்டுமல்லாமல், அதற்கு அப்பால் சென்று மனித மூலதனம், சுற்றுச்சூழல் மற்றும்

பங்குதாரர் உறவுகளில் அதிக முதலீடு செய்வதாகும்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) என்பது ஒரு சுய-ஒழுங்குபடுத்தும் வணிக மாதிரியாகும், இது ஒரு நிறுவனம் தனக்கும், அதன் பங்குதாரர்களுக்கும் மற்றும் பொதுமக்களுக்கும் சமூகப் பொறுப்புக்கூற உதவுகிறது. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பைக் கடைப்பிடிப்பதன் மூலம், பெருநிறுவன குடியுரிமை என்றும் அழைக்கப்படும், நிறுவனங்கள் பொருளாதாரம், சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் உட்பட சமூகத்தின் அனைத்து அம்சங்களிலும் எந்த வகையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன என்பதைப் பற்றி அறிந்திருக்க முடியும்.

CSR இல் ஈடுபடுவது என்பது, வணிகத்தின் சாதாரண போக்கில், ஒரு நிறுவனம் சமூகத்தையும் சுற்றுச்சூழலையும் மேம்படுத்தும் வழிகளில் அவர்களுக்கு எதிர்மறையான பங்களிப்பை வழங்குவதைக் குறிக்கிறது.

பொதுவாக, CSR என்பது நிறுவனங்கள் சமூக, சுற்றுச்சூழல் மற்றும் பொருளாதார அக்கறைகளை அவற்றின் மதிப்புகள், கலாச்சாரம், முடிவெடுத்தல், மூலோபாயம் மற்றும் செயல்பாடுகள் ஆகியவற்றில் வெளிப்படையான மற்றும் பொறுப்பான முறையில் ஒருங்கிணைத்து, அதன் மூலம் நிறுவனத்திற்குள் சிறந்த நடைமுறைகளை நிறுவி, செல்வத்தை உருவாக்கி, சமுதாயத்தை மேம்படுத்துகிறது.

## இந்தியாவில் CSR இன் பரிணாமம்

CSR என்பது ஒரு நிறுவனம் பொது நலனுக்காக பங்குதாரர்களுடனான அதன் உறவுகளைப் பற்றி சிந்திக்கும் மற்றும் பரிணாமத்தை உருவாக்கும் செயல்முறையாகும், மேலும் பொருத்தமான வணிக செயல்முறைகள் மற்றும் உத்திகளை ஏற்றுக்கொள்வதன் மூலம் இந்த விஷயத்தில் அதன் அர்ப்பணிப்பை நிரூபிக்கிறது. எனவே CSR என்பது தொண்டு அல்லது வெறும் நன்கொடை அல்ல.

மற்ற நாடுகளுடன் ஒப்பிடும்போது இந்தியா நெறிமுறைகளின் நிலமாக இருப்பதால், CSR இன் பணக்கார பாரம்பரியம் உள்ளது. இது வணிகப் பாடத்திட்டத்தின் CSR இன் இன்றியமையாத பகுதியாக மாற்றியுள்ளது, ஆனால் இன்னும் நாடு முழுவதும் பரவலாகப் பரவ வேண்டும். நிறுவனத்தின் உற்பத்தி நடவடிக்கைகள், தெளிவான நோக்கங்கள் மற்றும் சாத்தியமான முதலீடுகளை மேற்கொண்டால் மட்டுமே இந்த இலக்கை அடைய முடியும். CSR என்பது பழைய கருத்தாக இருந்ததால், CSR இல் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்ட வரலாற்றுத் தரவுகளின்படி இந்தியாவில் 4 கட்ட CSRகள் உள்ளன.

CSR அறக்கட்டளையின் ஆரம்ப கட்டத்தில் CSR நடவடிக்கைகளின் முக்கிய முக்கிய புள்ளிகள். 18 ஆம் நூற்றாண்டில் செல்வாக்கு மிக்க வணிகர் கோயில்களைக் கட்டவும், வசதியற்றவர்களுக்கு உணவு விநியோகிக்கவும் பயன்படுத்தியது, 19

ஆம் நூற்றாண்டில் TATA, பிரீலா போன்ற பெரிய நிறுவனங்களும் எந்த சுயநலமும் இல்லாமல் இதை முன்னெடுத்துச் சென்றன.

CSR இன் இரண்டாம் கட்டம் சுதந்திரத்தின் போது செயல்பட்டது. நம் நாடு மன அழுத்தத்தை எதிர்கொள்கிறது, இந்திய தொழிலதிபர்களும் தங்கள் செயல்களை நிரூபிக்கும்படி கேட்டுக் கொள்ளப்பட்டனர்

சமூகத்தின் முன்னேற்றத்திற்கான அர்ப்பணிப்பு. இந்த கட்டத்தில் மகாத்மா காந்தி "அறங்காவலர்" என்ற கருத்தை அறிமுகப்படுத்தினார், அதன்படி தொழிலதிபர்கள் சாமானியர்களுக்கு பயனளிக்கும் வகையில் தங்கள் செல்வத்தை நிர்வகிக்க வேண்டும். காந்தி இந்திய தொழில்துறைகளை நவீன இந்தியாவின் கோவிலாக பிரதிநிதித்துவப்படுத்தினார், மேலும் அவர்கள் நாட்டை முன்னோக்கி கொண்டு செல்ல கல்வி நிறுவனங்களை உருவாக்கினர்.

சுதந்திரத்திற்குப் பிறகு சபிக்கப்பட்ட CSR இன் மூன்றாம் கட்டத்தில், கலப்புப் பொருளாதாரத்தை மோசமாகப் பாதித்தது. நாட்டில் தனியார் துறைக்கு பின் இருக்கை வழங்கப்பட்டது மற்றும் பொருளாதார மற்றும் சமூக வளர்ச்சியின் முக்கிய கட்டுப்பாடு பொதுத்துறையின் கைகளில் அனுப்பப்பட்டது. பொதுத்துறை நிறுவனம் தேவையான வளங்கள் முழு மக்களுக்கும் சமமாக விநியோகிக்கப்படுவதை உறுதி செய்தது.

இந்தியாவில் 1980களில் தொடங்கிய CSR இன் தற்போதைய



கட்டம் வளர்ச்சிக்கான பாரம்பரிய CSR அணுகுமுறையை மாற்றியுள்ளது. உலகமயமாக்கலும் பொருளாதார தாராளமயமாக்கலும் இந்தியப் பொருளாதாரத்திற்கு ஒரு சிறந்த பெருமையை அளித்தன. இது இந்திய நிறுவனங்கள் வேகமாக வளர்ச்சியடைய உதவியது மற்றும் சர்வதேச தரத்தின்படி நிர்ணயிக்கப்பட்ட இணக்கத்தை பூர்த்தி செய்ய உதவியது.

**கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் பரிணாம வளர்ச்சியில் எதிர்கொள்ளும் சவால்கள்**

#### 1. CSR நடவடிக்கைகளில் சமூகப் பங்கேற்பு இல்லாமை:

நிறுவனங்களின் CSR நடவடிக்கைகளில் பங்கேற்பதிலும் பங்களிப்பதிலும் உள்ளூர் சமூகத்தின் ஆர்வமின்மை உள்ளது. CSR பற்றிய விழிப்புணர்வைப் பரப்புவதற்கும், அத்தகைய முயற்சிகள் குறித்து உள்ளூர் சமூகங்களில் நம்பிக்கையை ஏற்படுத்துவதற்கும் தீவிர முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படாததால், உள்ளூர் சமூகங்களுக்குள் CSR பற்றிய அறிவு குறைவாக உள்ளது அல்லது இல்லை என்பதே இதற்குக் காரணம். நிறுவனத்திற்கும் அடிமட்டத்தில் உள்ள சமூகத்திற்கும் இடையேயான தொடர்பு இல்லாததால் நிலைமை மேலும் மோசமாகிறது.

#### 2. உள்ளூர் திறன்களை உருவாக்க வேண்டும்:

நிறுவனங்களால் தொடங்கப்பட்ட தற்போதைய CSR நடவடிக்கைகளுக்கு திறம்பட பங்களிக்கக்கூடிய பயிற்சி பெற்ற

மற்றும் திறமையான அமைப்புகளின் பற்றாக்குறை இருப்பதால், உள்ளூர் அரசு சாரா நிறுவனங்களின் திறனை வளர்ப்பதற்கான தேவை உள்ளது. இது

CSR முன்முயற்சிகளின் அளவை அதிகரிப்பதில் தீவிரமாக சமரசம் செய்து, பின்னர் அத்தகைய நடவடிக்கைகளின் நோக்கத்தை கட்டுப்படுத்துகிறது.

### 3. வெளிப்படைத்தன்மையின் சிக்கல்கள்:

வெளிப்படைத் தன்மை இல்லாமையே இந்த ஆய்வின் முக்கியப் பிரச்சினைகளில் ஒன்றாகும். நிறுவனங்கள் தங்கள் திட்டங்கள், தணிக்கைச் சிக்கல்கள், தாக்க மதிப்பீடு மற்றும் நிதிப் பயன்பாடு பற்றிய தகவல்களை வெளியிட போதுமான முயற்சிகளை மேற்கொள்ளாததால், உள்ளூர் அமலாக்க முகமைகளின் தரப்பில் வெளிப்படைத்தன்மை இல்லாததாக வெளிப்படுகிறது. நிறுவனங்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகங்களுக்கு இடையே நம்பிக்கையை வளர்க்கும் செயல்முறையை எதிர்மறையாக பாதிக்கும் வெளிப்படைத்தன்மையின் பற்றாக்குறையை இது தெரிவிக்கிறது, இது உள்ளூர் மட்டத்தில் எந்தவொரு CSR முயற்சியின் வெற்றிக்கும் முக்கியமாகும்.

### 4. நன்கு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட அரசு சாரா நிறுவனங்கள் கிடைக்காதது:

தொலைதூர

மற்றும்

கிராமப்புறங்களில்

நன்கு

ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட அரசு சாரா நிறுவனங்கள் இல்லை என்று தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது, அவை சமூகத்தின் உண்மையான தேவைகளை மதிப்பிடவும் மற்றும் அடையாளம் காணவும் மற்றும் CSR நடவடிக்கைகளை வெற்றிகரமாக செயல்படுத்த நிறுவனங்களுடன் இணைந்து செயல்படவும் முடியும். உள்ளூர் மட்டங்களில் அபிவிருத்தி திட்டங்களை மேற்கொள்வதற்கான அவர்களின் திறனை வளர்ப்பதன் மூலம் உள்ளூர் சமூகங்களில் முதலீடு செய்வதற்கு இது ஒரு சவாலாகவும் செயல்படுகிறது.

#### 5. தெரிவுநிலை காரணி:

வெற்றிகரமான CSR முன்முயற்சிகளின் நல்ல நிகழ்வுகளை முன்னிலைப்படுத்துவதில் ஊடகங்களின் பங்கு வரவேற்கத்தக்கது, ஏனெனில் இது நல்ல கதைகளை பரப்புகிறது மற்றும் நிறுவனங்களின் பல்வேறு CSR முயற்சிகள் பற்றி உள்ளூர் மக்களுக்கு உணர்த்துகிறது. தெரிவுநிலையைப் பெறுதல் மற்றும் பிராண்டிங் பயிற்சியின் இந்த வெளிப்படையான செல்வாக்கு பெரும்பாலும் பல அரசு சாரா நிறுவனங்களை இந்த செயல்பாட்டில் நிகழ்வு அடிப்படையிலான திட்டங்களில் தங்களை ஈடுபடுத்திக் கொள்ள வழிவகுக்கிறது, அவை பெரும்பாலும் அர்த்தமுள்ள அடிமட்ட தலையீடுகளை இழக்கின்றன.

#### 6. CSR முன்முயற்சிகள் பற்றிய குறுகிய பார்வை:

அரசு சாரா நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசு நிறுவனங்கள் பொதுவாக

நிறுவனங்களின் CSR முன்முயற்சிகள் குறித்த குறுகிய கண்ணோட்டத்தைக் கொண்டுள்ளன, பெரும்பாலும் CSR முன்முயற்சிகளை மேலும் வரையறுக்கின்றன.

அணுகுமுறையில் உள்ளூர் விட நன்கொடையாளர் உந்துதல். இதன் விளைவாக, நடுத்தர மற்றும் நீண்ட காலத்திற்கு இதுபோன்ற நடவடிக்கைகளில் பங்கேற்க வேண்டுமா என்பதை அவர்கள் தீர்மானிக்க கடினமாக உள்ளது.

#### 7. தெளிவான CSR வழிகாட்டுதல்கள் கிடைக்காமை:

நிறுவனங்களின் CSR முன்முயற்சிகளுக்கு உறுதியான வழிகாட்டுதல்களை வழங்குவதற்கு தெளிவான சட்டரீதியான வழிகாட்டுதல்கள் அல்லது கொள்கை வழிமுறைகள் எதுவும் இல்லை. நிறுவனங்களின் CSR முன்முயற்சிகளின் அளவு அவற்றின் வணிக அளவு மற்றும் சுயவிவரத்தைப் பொறுத்து இருக்க வேண்டும் என்று கண்டறியப்பட்டுள்ளது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பெரிய நிறுவனம், அதன் CSR திட்டம் பெரியது.

#### 8. CSR சிக்கல்களை செயல்படுத்துவதில் ஒருமித்த கருத்து இல்லாமை:

CSR திட்டங்கள் தொடர்பாக உள்ளூர் நிறுவனங்களிடையே ஒருமித்த கருத்து இல்லை. ஒருமித்த கருத்து இல்லாததால், பெருநிறுவன நிறுவனங்கள் தங்கள் தலையீட்டின் பகுதிகளில் செயல்பாடுகளை நகலெடுக்கின்றன. இது பிரச்சனைகளில் கூட்டு அணுகுமுறைகளை உருவாக்குவதற்கு பதிலாக உள்ளூர்

செயல்படுத்தும் முகவர்களிடையே போட்டி மனப்பான்மையை ஏற்படுத்துகிறது. இந்த காரணி, அவ்வப்போது அவர்களின் முயற்சிகளின் தாக்க மதிப்பீட்டை மேற்கொள்வதற்கான நிறுவனத்தின் திறன்களைக் கட்டுப்படுத்துகிறது.

குழுமத்தின் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கைகள், வணிக சமூகத்தில் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பிற்கான ஐக்கிய நாடுகளின் உலகளாவிய ஒப்பந்தக் கொள்கைகள் மற்றும் பொது நோர்வே நிறுவன சமூகப் பொறுப்புத் தரங்களின் வெளிச்சத்தில் தயாரிக்கப்படுகின்றன..

#### CSR சட்டம்

1. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135 (1),

எந்தவொரு நிதியாண்டிலும் 500 கோடி அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிகர மதிப்பு, அல்லது 1000 கோடி அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட வருவாய் அல்லது நிகர லாபம் ரூ. 5 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் உள்ள ஒவ்வொரு நிறுவனமும், மூன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்களைக் கொண்ட வாரியத்தின் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும். அதில் ஒருவர் சுயாதீன இயக்குநராக இருப்பார். வாரிய அறிக்கை CSR குழுவின் அமைப்பை வெளிப்படுத்தும்.

2. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135

CSR குழுவின் செயல்பாடுகள் CSR குழு:

- i. அட்டவணை VII இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி நிறுவனம்

மேற்கொள்ள வேண்டிய செயல்பாடுகளைக் குறிக்கும் நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையை உருவாக்கி வாரியத்திற்கு பரிந்துரைக்கவும்.

ii CSR கொள்கையில் விவரிக்கப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகளுக்கு செலவழிக்க வேண்டிய தொகையை பரிந்துரைக்கவும்

iii CSR கொள்கையை அவ்வப்போது கண்காணிக்கவும்.

### 3. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135

நிறுவனத்தின் குழுவின் செயல்பாடுகள் - துணைப் பிரிவு (1) இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் வாரியமும் CSR கமிட்டியின் பரிந்துரைகளை கணக்கில் எடுத்துக்கொண்டு, CSR கொள்கையை அங்கீகரித்து, அதன் அறிக்கையில் அத்தகைய கொள்கையின் உள்ளடக்கங்களை வெளியிட வேண்டும் மற்றும் நிறுவனத்தின் இணையதளத்திலும் வைக்க வேண்டும். , பரிந்துரைக்கப்படும் வகையில் ஏதேனும் இருந்தால்.

நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள செயல்பாடுகள் நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படுவதை உறுதி செய்யவும்

### 4. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135

துணைப்பிரிவு (1) இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நிறுவனங்களின் வாரியமானது, ஒவ்வொரு நிதியாண்டிலும், அதற்கு முந்தைய மூன்று நிதியாண்டுகளில் ஈட்டிய சராசரி நிகர லாபத்தில் குறைந்தபட்சம் 2% நிறுவனத்தை அதன் தொடராகச் செலவிடுவதை உறுதி செய்யும். CSR கொள்கை.

முன்னுரிமை உள்ளூர் பகுதிகளுக்கு வழங்கப்படும்.

அத்தகைய தொகையை நிறுவனம் செலவழிக்கத் தவறினால்,

134 பிரிவின் பிரிவு (0) இன் கீழ் செய்யப்பட்ட அறிக்கையில், அந்தத்

தொகையைச் செலவழிக்காததற்கான காரணத்தை வாரியம் குறிப்பிட வேண்டும்.

5. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135- குறிப்புகள்

- ICA (Indian Institute of Corporate Affairs) இந்த CSR வரம்பில் வரும் பதினாறாயிரம் நிறுவனங்களை பட்டியலிட்டுள்ளது.
- CSR குழுவின் அரசியலமைப்பு கட்டாயமாகும்.
- ஏப்ரல் 1, 2014க்கு முன் அமைக்கப்பட்ட CSR குழு செல்லாது.
- வாரியத்தின் தீர்மானத்தின் மூலம் CSR குழு அமைக்கப்பட வேண்டும்.
- குழு உறுப்பினர்களின் விவரங்கள் பொது களத்தில் வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.  
நிறுவனத்தின் இணையதளம்
- நிறுவனங்கள் தங்கள் CSR கொள்கை ஆவணத்தை தயார் செய்து அதன் இணையதளத்தில் வெளியிட வேண்டும்.

6. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135- குறிப்புகள்

- வாரியத்தால் அங்கீகரிக்கப்பட்டால், வழங்கப்பட்ட நிதியாண்டுக்குள் கொள்கைகளை மாற்றுவதற்கான நெகிழ்வுத்தன்மையை சட்டம் வழங்குகிறது.
- சொந்த CSR கொள்கைக்கு இணங்கத் தவறினால் பணமாகவோ அல்லது சிறைத்தண்டனையாகவோ இருக்கலாம்.
- நிறுவனம் தங்கள் CSR கொள்கையை மிகவும் புத்திசாலித்தனமாக வடிவமைக்க வேண்டும் மற்றும் நம்பத்தகாத இலக்குகளை அமைப்பதையோ அல்லது அவர்களால் முடிக்க முடியாத பல செயல்பாடுகளை உள்ளடக்குவதையோ தவிர்க்க வேண்டும்.
- மொத்த CSR செலவில் 5% நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த பணியாளர்கள் மற்றும் அவர்களின் செயல்படுத்தும் முகவர்களின் CSR திறனை உருவாக்குவதற்கு செலவிடலாம்.
- ஒதுக்கப்பட்ட தொகை அதே நிதியாண்டில் செலவிடப்பட வேண்டும், கேரி ஃபார்வேர்டு கிடைக்காது.

7. நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013, பிரிவு 135- குறிப்புகள்

- CSR திட்டம்/திட்டம் முறையில் மட்டுமே எடுக்கப்பட வேண்டும்.
- எந்தவொரு சட்டம் / ஒழுங்குமுறைச் சட்டத்தை (தொழிலாளர் சட்டங்கள், நிலம் கையகப்படுத்துதல் சட்டம் போன்றவை) நிறைவேற்றுவதற்காக நிறுவனங்கள் செய்யும் செலவுகள் CSR செலவாகக் கணக்கிடப்படாது.
  - வழக்கமான CSR ஊழியர்கள் மற்றும் பணியாளர் தன்னார்வலர்களுக்கு வழங்கப்படும் சம்பளம் (மணிநேரம் /



ஊதியத்தின் அடிப்படையில்) CSR செலவில் காரணியாக இருக்கலாம்.

8. அட்டவணை VII இல் பட்டியலிடப்பட்ட செயல்பாடுகள்

பசி, வறுமை மற்றும் ஊட்டச்சத்து குறைபாட்டை ஒழித்தல், தடுப்பு சுகாதாரம் மற்றும் சுகாதாரத்தை மேம்படுத்துதல் மற்றும் பாதுகாப்பான குடிநீர் கிடைக்கச் செய்தல், சிறப்புக் கல்வி மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உள்ளிட்ட கல்வியை ஊக்குவித்தல், குறிப்பாக குழந்தைகள், பெண்கள், முதியவர்கள் மற்றும் மாற்றுத்திறனாளிகள் மற்றும் வாழ்வாதார மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள். பாலின சமத்துவத்தை ஊக்குவித்தல், பெண்களுக்கு அதிகாரமளித்தல், பெண்கள் மற்றும் அனாதைகளுக்கான இல்லங்கள் மற்றும் விடுதிகளை அமைத்தல்; முதியோர் இல்லங்கள், பகல்நேர பராமரிப்பு மையங்கள் மற்றும் மூத்த குடிமக்களுக்கான பிற வசதிகள் மற்றும் சமூக மற்றும் பொருளாதாரத்தில் பின்தங்கிய குழுக்கள் எதிர்கொள்ளும் ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைப்பதற்கான நடவடிக்கைகள்.

9. அட்டவணை VII இல் பட்டியலிடப்பட்ட செயல்பாடுகள்

ஆயுதப்படை வீரர்கள், போர் விதவைகள் மற்றும் அவர்களைச் சார்ந்தவர்களின் நலனுக்கான நடவடிக்கைகள், தேசிய பாரம்பரியம், கலை மற்றும் கலாச்சாரத்தைப் பாதுகாத்தல், கட்டிடங்கள் மற்றும் வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த தளங்கள் மற்றும் கலைப் படைப்புகளின் மறுசீரமைப்பு, பொது நூலகங்கள் அமைத்தல், பாரம்பரிய கலை மற்றும் கைவினைப் பொருட்களை மேம்படுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல் , சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை, சுற்றுச்சூழல் சமநிலை, தாவரங்கள் மற்றும் விலங்கினங்களின் பாதுகாப்பு, விலங்குகள் நலன், வேளாண் வனவியல், இயற்கை வளங்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மண், காற்று மற்றும் நீர் ஆகியவற்றின் தரத்தை பராமரித்தல்.

### உலகளாவிய பார்வைகள்

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு - உலகளாவிய கண்ணோட்டங்கள்

சமூகப் பொறுப்பு என்ற தலைப்பு உலகளாவிய வணிகத்திற்கும் மிகவும் முக்கியமான ஒன்றாக உருவெடுத்துள்ளது. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) "விவாதங்கள் வளர்ந்த பொருளாதாரங்களில் மட்டும் நடப்பதில்லை. உலகெங்கிலும் உள்ள நாடுகள் பணக்கார மற்றும் நுணுக்கமான விவாதங்களில் ஈடுபட்டுள்ளன, மேலும் பெருநிறுவன ஆளுகை மற்றும் CSR அரங்கில் குறிப்பிடத்தக்க

சீர்திருத்தங்களை மேற்கொள்கின்றன" என்று Mickels (2009) மேலும் கூறுகிறார், "உலகம் முழுவதிலும் உள்ள இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களின் லாபத்தை அதிகரிக்க மட்டுமே நிறுவனங்கள் இருக்க வேண்டுமா என்று கேள்வி எழுப்புகின்றனர்"

உலகளாவிய அடிப்படையில் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பின் (CSR) பரவலானது 2007 இல் சொசைட்டி ஆஃப் ஹியூமன் ரிசோர்ஸ் மேனேஜ்மென்ட் (SHRM) நடத்திய ஆய்வின் மூலம் விளக்கப்பட்டுள்ளது (பணியிட தரிசனங்கள், 2007). கணக்கெடுக்கப்பட்ட நாடுகளில் (அமெரிக்கா, ஆஸ்திரேலியா, இந்தியா, சீனா, கனடா, மெக்சிகோ மற்றும் பிரேசில்) பெரும்பான்மையான மனித வள வல்லுநர்கள் தங்கள் நிறுவனங்களில் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு நடைமுறைகள் இருப்பதாகத் தெரிவித்ததை SHRM கண்டறிந்துள்ளது. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் அளவிற்கு SHRM பல காரணங்களை முன்வைத்தது. முதலாவதாக, நிறுவனங்கள் வணிகத்திற்கு அச்சுறுத்தலாக மாறுவதற்கு முன்பு பெரிய அளவிலான சமூகப் பிரச்சினைகளுக்கு பதிலளிக்க வேண்டும் என்பதை உணர்கின்றன. இரண்டாவதாக, மிகவும் நேர்மறையான குறிப்பில், முக்கிய சமூகப் பிரச்சினைகளுக்கான தீர்வுகள் வணிக வாய்ப்புகளின் புதிய ஆதாரங்களாக பெருகிய முறையில் பார்க்கப்படலாம் என்று SHRM வாதிடுகிறது.

சாத்தியமான பரந்த நுகர்வோர் சந்தைகள். இதேபோல் "பசுமை" மற்றும் சுற்றுச்சூழல் "நட்பு" தொழில்நுட்பத்தில் முதலீடு செய்வது நிறுவனங்கள் ஆரம்பத்தில் அதிக லாபம் ஈட்டக்கூடிய ஆற்றல் துறைகளில் தங்களை நிலைநிறுத்துவதற்கான ஒரு வழியாகும். SHRM தொடர்பான இரண்டு விளக்கப்படங்கள் டொயோட்டாவின் ஹைப்ரிட் கார் மற்றும் மொபைல் தகவல்தொடர்பு தொழில்நுட்பத்தை வளரும் நாடுகளுக்கு கொண்டு வர நோக்கியா மற்றும் எரிக்சன் முயற்சிகள் ஆகியவற்றின் வெற்றியாகும்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு, SHRM ஆனது, போட்டி நன்மையை உருவாக்குவதற்கும் அதன் மூலம் நிறுவனம் மற்றும் அதன் பங்குதாரர்களுக்கு மதிப்பு உருவாக்கத்தை ஊக்குவிப்பதற்கும் ஒரு செயலில் மற்றும் இன்றியமையாத அங்கம் என்று முடிவு செய்கிறது. மற்றொரு உதாரணம், வளரும் நாடுகளின் பல்வேறு பகுதிகளுக்கு சுத்தமான தண்ணீரை வழங்குவதற்கான Coca-Cola நிறுவனத்தின் முயற்சிகள் ஆகும், இது நல்லெண்ணத்தை மேம்படுத்தவும், உள்ளூர் பொருளாதாரங்களை உயர்த்தவும் மற்றும் அதன் வாடிக்கையாளர் தளத்தை விரிவுபடுத்தவும் கோக் நம்புகிறது. ராயல் கரீபியன் குரூஸ் நிறுவனம் ஹைட்டியின் இலாப நோக்கற்ற நிறுவனத்துடன் இணைந்து ஒரு ஆரம்பப் பள்ளியை உருவாக்குகிறது, இது நிறுவனம் தனது கப்பல்களை நிறுத்துவதற்காக அரசாங்கத்திடம் இருந்து குத்தகைக்கு எடுத்த

நிலத்தில் அமைந்துள்ளது. வால் மார்ட் இப்போது விற்பனை செய்கிறது கென்யாவில் தயாரிக்கப்பட்ட ஆடைகள் மற்றும் குவாத்தமாலா மற்றும் தாய்லாந்தின் நகைகள் போன்ற வளரும் நாடுகளில் உள்ள பெண் கைவினைஞர்களால் செய்யப்பட்ட ஆன்லைன் கைவினைப்பொருட்கள். "வளர்ந்த நாடுகளில் வணிகம் செய்யும் நாடுகடந்த நிறுவனங்களுக்கு, சமூக அளவிலான உள்கட்டமைப்பு மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள், தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்பு, கல்வி மற்றும் சுகாதாரப் பாதுகாப்பு ஆகியவற்றில் நிலையான முதலீடு தேவைப்படலாம். இந்த முதலீடுகள் அதிக உற்பத்தித்திறன் மற்றும் சிறந்த தயாரிப்பு தரத்திற்கு இட்டுச் செல்வதால், தொழிலாளர்கள் மற்றும் தயாரிப்பாளர்கள் அதிக வருமானம் ஈட்ட முடியும், இது உள்ளூர் மக்கள் உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை அனுபவிக்க அனுமதிக்கிறது" உலகளாவிய "நிலையான" CSR இன் இரண்டு சிறந்த எடுத்துக்காட்டுகள்:

1) உலகின் மிகப்பெரிய இரசாயன உர நிறுவனமான யாரா இன்டர்நேஷனல், உலகின் மிகப்பெரிய இரசாயன உர நிறுவனமான, ஆபிரிக்காவின் சில பகுதிகளில் சேமிப்பு, போக்குவரத்து மற்றும் துறைமுக வசதிகளை மேம்படுத்துவதற்கு பொது/தனியார் கூட்டாண்மைகளுக்கு நிதியுதவி அளித்துள்ளது. விவசாயிகள், மற்றும் அதே நேரத்தில் அதன் உரப் பொருட்களுக்கான அதிகரித்த தேவையின் மூலம் நிறுவனத்திற்கு பயனளிக்கிறது.

2) லே நிறுவனம், கிணறு தோண்டுதல், குளிர்பதனம், கால்நடை மருத்துவம் மற்றும் பயிற்சி ஆகியவற்றில் முதலீடு செய்வதன் மூலம் இந்தியாவின் சில பகுதிகளில் பால் உற்பத்தியை மேம்படுத்த வேலை செய்து வருகிறது. நிறுவனம் விவசாயிகள் மற்றும் அவர்களது ஊழியர்களுக்கு அதிக விலை கொடுக்க வேண்டும், இதன் விளைவாக உள்ளூர் சமூகத்தின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர்ந்தது. ஐக்கிய நாடுகள் சபையானது இப்போது பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புணர்வுக்கான வணிக முன்முயற்சியைக் கொண்டுள்ளது, இது ஐக்கிய நாடுகளின் உலகளாவிய ஒப்பந்தம் என்று அழைக்கப்படுகிறது, இதன் மூலம் நிறுவனங்கள் சேரலாம் மற்றும் மனித உரிமைகள், தொழிலாளர், சுற்றுச்சூழல் மற்றும் ஊழலை எதிர்த்துப் போராடுவதில் முன்னேற்றங்களைச் செய்ய தானாக முன்வந்து ஒப்புக் கொள்ளலாம். மேலும், உலக வங்கி, இப்போது சமூகப் பொறுப்பு குறித்த இணையப் பாடத்தை கொண்டுள்ளது, இது “CSR மற்றும் நிலையான போட்டித்தன்மை, ” அதன் கல்வி மற்றும் பயிற்சிப் பிரிவான உலக வங்கி நிறுவனம் வழங்குகிறது. "உயர்நிலை" தனியார் துறை மேலாளர்கள், அரசு அதிகாரிகள் மற்றும் கட்டுப்பாட்டாளர்கள், பயிற்சியாளர்கள், கல்வியாளர்கள் மற்றும் பத்திரிகையாளர்கள் ஆகியோருக்காக கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புணர்வு பாடநெறி வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. பெருநிறுவனங்கள் மற்றும் வணிகத்தின் சமூகப் பொறுப்புணர்வு முயற்சிகள் மற்றும் நடைமுறைகளை ஆதரிப்பதற்காக வணிகச் சூழலை

மேம்படுத்துவதற்கான ஒரு "கருத்து கட்டமைப்பை" வழங்குவதே பாடத்திட்டத்தின் ஒரு முக்கிய நோக்கமாகும்.

"ஒருமைப்பாடு மற்றும் சிறந்த மதிப்புகள்" மற்றும் நீண்ட கால முன்னோக்கு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் ஒரு சமூகப் பொறுப்புணர்வு மூலோபாயத்தை உருவாக்க நிறுவனங்களுக்கு உதவவும் இந்த பாடநெறி வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. சமூகப் பொறுப்புடன் இருப்பதன் மூலம், வணிகங்கள் நன்மைகளைப் பெறுவது மட்டுமல்லாமல், ஒட்டுமொத்த சிவில் சமூகமும் சமூகத்திற்கு வணிகத்தின் "நேர்மறையான பங்களிப்புகளால்" பயனடையும் என்று உலக வங்கி அறிவிக்கிறது. முதலாவதாக, உலக வங்கி சுட்டிக்காட்டியுள்ளபடி, "CSR" என்ற முக்கியமான சொல்லுக்கு, பொதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட, வரையறை எதுவும் இல்லை. ஆயினும் கூட, உலக வங்கி அதன் வரையறையை வழங்குகிறது, CSR பொதுவாக குறிப்பிடுகிறது:

1) "முக்கிய பங்குதாரர்களுடனான உறவு, மதிப்புகள், சட்டத் தேவைகளுக்கு இணங்குதல் மற்றும் மக்கள், சமூகங்கள் மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கான மரியாதை ஆகியவற்றுடன் இணைக்கப்பட்ட கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளின் தொகுப்பு; மற்றும்

2) நிலையான வளர்ச்சிக்கு பங்களிக்க வணிகத்தின் அர்ப்பணிப்பு."

உலக வங்கி "கார்ப்பரேட் குடியுரிமை" என்ற முக்கிய சொல்லையும் விளக்குகிறது, இது "ஒரு குடிமகனாக பெருநிறுவனத்தின் கருத்து" மற்றும் இது CSR ஐ குறிப்பிடும் போது அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படும் ஒரு வார்த்தையாகும். உண்மையில், உலக வங்கி குறிப்பிடுவது, "CSR" மற்றும் "கார்ப்பரேட் குடியுரிமை" ஆகிய சொற்கள் சில சமயங்களில் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. உலக வங்கி, மேலும், CSR ஐ முழுமையாக விளக்குவதற்காக, அந்தக் கருத்துக்கு பல பொருள் கூறுகளைக் குறிப்பிடுகிறது:

- 1) சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு,
- 2) தொழிலாளர் பாதுகாப்பு,
- 3) மனித உரிமைகள்,
- 4) சமுதாய ஈடுபாடு
- 5) வணிக தரநிலைகள்,
- 6) சந்தை,
- 7) தொழில் மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சி,
- 8) சுகாதார பாதுகாப்பு,
- 9) கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் தேசிய மற்றும் உலகளாவிய முன்னோக்குகள் கல்வி மற்றும் தலைமை

உலக வங்கி நிறுவனங்களுக்கு CSR திட்டமிடவும், செயல்படுத்தவும் மற்றும் அளவிடவும் பல முடிவெடுக்கும் கட்டமைப்புகளை வழங்குகிறது. உலக வங்கி பாடத்திட்டத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியானது, வணிகத்திற்கு மிகவும் நடைமுறைக்குரிய ஒரு



பிரிவாகும், இது "CSR இன் நன்மைகள்" என்று அழைக்கப்படுகிறது. உலக வங்கியின் கூற்றுப்படி, "பெருவணிகங்கள் மற்றும் சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கு... சமூகப் பொறுப்புடன் இருப்பதற்கும், முக்கிய பங்குதாரர்களின் நலன் குறித்து விழிப்புடன் இருப்பதற்கும் பல காரணங்கள் உள்ளன." வங்கி தனது நிறுவனத்தால் நடத்தப்பட்ட ஒரு கணக்கெடுப்பை சுட்டிக்காட்டியது, அதில் பதிலளித்தவர்களில் 52% பேர் நிறுவனங்களின் சமூகப் பொறுப்புணர்வு செயல்திறனின் அடிப்படையில் தங்கள் தயாரிப்புகளை வாங்குவதன் மூலம் அல்லது வாங்காமல் "வெகுமதி" அல்லது "தண்டனை" பெற்றுள்ளனர். வங்கியின் கூற்றுப்படி, சமூகப் பொறுப்புள்ள நிறுவனமாக இருப்பதற்கான பிற காரணங்கள் பின்வருமாறு:

- 1) முக்கிய பங்குதாரர்களிடமிருந்து செயல்பட "சமூக உரிமம்" பெறுதல்,
- 2) "நிலையான போட்டித்தன்மையை உறுதி செய்தல்,
- 3) புதிய தொழில் வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல்,

- 4) தரமான முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் வணிக கூட்டாளர்களை ஈர்த்து தக்கவைத்தல்,
- 5) உள்ளூர் சமூகங்களின் ஒத்துழைப்பைப் பெறுதல்,
- 6) சமூக பொறுப்பற்ற நடத்தை காரணமாக சிரமங்களைத் தவிர்ப்பது,
- 7) அரசாங்க ஆதரவைப் பெறுதல், மற்றும்
- 8) "அரசியல் மூலதனத்தை" உருவாக்குதல்

இந்த காரணங்கள் சமூக பொறுப்புள்ள நிறுவனமாக "வணிகத்தை" உருவாக்குகின்றன.

### CSR இன் கொள்கைகள்

நிறுவன கலாச்சாரத்தில் CSR ஐ ஒருங்கிணைப்பதற்கான கோட்பாடுகள்

அடிப்படையில், CSR இன் மூன்று கோட்பாடுகள் அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன, மேலும் இவை CSR ஐ ஒரு நிறுவன கலாச்சாரத்தில் ஒருங்கிணைக்கப் பயன்படும். இந்த கொள்கைகளில் நிலைத்தன்மை, பொறுப்புக்கூறல் மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மை ஆகியவை அடங்கும், மேலும் பல நிறுவனங்கள் இந்த கொள்கைகளை தங்கள் முக்கிய மதிப்புகளின் ஒரு பகுதியாக கருதுகின்றன.

a. நிலைத்தன்மை: நிலைத்தன்மை என்பது வளங்களின் பற்றாக்குறையைக் கருத்தில் கொண்டு அதன் செயல்பாடுகளைத் தொடர்ந்து நிலைநிறுத்துவதற்கான நிறுவனத்தின் திறனைக் குறிக்கிறது. சில நிறுவனங்கள் தங்கள் செயல்முறைகளில் வளங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன, குறிப்பாக இயற்கை வளங்கள் குறைந்து, செயல்பாடுகளைத் தக்கவைப்பதை கடினமாக்குகின்றன. இதுபோன்ற சந்தர்ப்பங்களில், பெருநிறுவனங்கள் வளங்களை சிக்கனமாக பயன்படுத்தவும், மரங்கள் மற்றும் காடுகளை நடுத்தல் போன்ற ஆதார தளத்தை புதுப்பிக்க வடிவமைக்கப்பட்ட நடைமுறைகளில் ஈடுபடவும் வலியுறுத்தப்படுகின்றன. முடிந்தால், அத்தகைய வணிகங்கள் அவற்றின் புதுப்பிக்கத்தக்க வளங்களுக்கு முன்னுரிமை அளிக்க வேண்டும். சில நிறுவனங்கள் மாற்று ஆதாரங்களை பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துவதற்கான முறைகளை கண்டுபிடிப்பதற்கு ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கு அதிக பணம் செலவழிக்க வேண்டும். ஒரு எடுத்துக்காட்டு CSR நிதியைக் கொண்ட ஒரு நிறுவனமாகும், அங்கு ஊழியர்கள் உறுதியாகவும், அதற்குத் தயாராகவும்பங்களிக்கிறார்கள்,

சுதந்திரமாக. நிறுவனம் நீண்ட காலத்திற்கு உயிர்வாழ வேண்டுமானால், முயற்சி வாழ்நாள் கொள்கையாக இருக்க வேண்டும்.

b. பொறுப்புக்கூறல்: நிறுவனத்தின் நடவடிக்கைகள் வெளிப்புற சூழலைப் பாதிக்கின்றன என்பதை அங்கீகரிப்பதில் பொறுப்புக்கூறல் அக்கறை கொண்டுள்ளது. எனவே அது பொறுப்புடன் செயல்பட வேண்டும் (அதாவது சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த செயல்களில் ஈடுபட வேண்டும்). சுற்றுச்சூழலைப் பாதிக்கக்கூடிய செயல்கள் மற்றும் அத்தகைய தாக்கங்களைக் குறைக்க அல்லது குறைக்க முன்மொழியப்பட்ட செயல்களை பங்குதாரர்களுக்கு தெரிவிக்க வேண்டும். பல நாடுகளில், தேசிய அரசாங்கங்கள் சுற்றுச்சூழலின் நல்வாழ்வை உறுதிப்படுத்த வடிவமைக்கப்பட்ட சட்டங்களை இயற்றியுள்ளன. உகாண்டாவில் அரசாங்கம் சுற்றுச்சூழல் சட்டத்தை இயற்றியது, அதன் மூலம் தேசிய சுற்றுச்சூழல் மேலாண்மை ஆணையம் உருவாக்கப்பட்டது. இது ஒரு தேசிய அமைப்பாகும், இது திட்ட வடிவமைப்புகளில் சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்தது அல்லது தணிப்பு நடவடிக்கைகள் இணைக்கப்பட்டுள்ளன என்பதை உறுதிசெய்த பிறகு திட்டங்களை ஒழுங்குபடுத்துகிறது மற்றும் அங்கீகரிக்கிறது.

c. வெளிப்படைத்தன்மை: கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் பின்னணியில் உள்ள வெளிப்படைத்தன்மைக் கொள்கையின் அர்த்தம், "அந்த நிறுவனத்தின் அறிக்கையிடலில் இருந்து

நிறுவனத்தின் செயல்களின் வெளிப்புற தாக்கத்தை அறிய முடியும் மற்றும் அந்த அறிக்கைக்குள் பொருத்தமான உண்மைகள் மறைக்கப்படுவதில்லை" (க்ரோதர் மற்றும் அராஸ், 2008) . நிறுவனத்திற்கு வெளியே உள்ளவர்கள் உட்பட அனைத்து பங்குதாரர்களும், நிறுவனங்களின் செயல்கள் மற்றும் பரிவர்த்தனைகளின் அனைத்து விளைவுகளையும் அறிக்கைகள் மூலம் அறிந்து கொள்ள உரிமை உண்டு என்பதை வணிகம் அல்லது நிர்வாகம் அறிந்திருக்க வேண்டும், குறிப்பாக அவை மற்றும் சுற்றுச்சூழலை பாதிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, வெளிப்புற பங்குதாரர்கள் வணிகமானது அதன் செயல்பாடுகளிலிருந்து பாதகமான தாக்கங்களைத் தணிக்க என்ன செய்துள்ளது என்பதை அறிய விரும்புவார்கள். ஏதேனும் தொடர்புடைய குறைபாடுகள் காட்டப்பட்டால், தாக்க அறிக்கைகள் இருந்தால், சரியான நேரத்தில் தாக்கல் செய்ய வேண்டும். இந்த இறுதிக் கொள்கை மற்ற இரண்டிலிருந்தும் இயல்பாகவே வெளிப்படுகிறது. உதாரணமாக, முந்தைய தகவல்களிலிருந்து பின்வரும் முடிவுகளை அடையலாம்:

i. CSR ஒரு வணிகத்தின் பிராண்ட் இமேஜ் மற்றும் நற்பெயரை மேம்படுத்துகிறது மேலும் விற்பனை மற்றும் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தில் முன்னேற்றம் மற்றும் ஊழியர்களை ஈர்க்கும் மற்றும் தக்கவைத்துக்கொள்ளும் திறனை அதிகரிக்கிறது (சர்மா மற்றும் பலர், 2009).

ii. ஒரு நிறுவனத்தின் பல்வேறு துறைகளில் உள்ள பயிற்சியாளர்கள் வணிக உத்தி மற்றும் செயல்பாடுகள் முழுவதும் CSR இன் ஒருங்கிணைப்பை ஆதரிப்பது அவசியம்.

ii CSR முயற்சிகள் எந்த அளவிற்கு வெற்றி பெறும் வலுவான குழு மற்றும் தலைமை நிர்வாக அதிகாரியின் (CEO) உறுதிப்பாட்டைப் பாதுகாக்கவும்.

iv. சந்தைப்படுத்தல் மேலாளர்கள் தங்கள் நிறுவனங்களில் உள் சந்தைப்படுத்தலை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

அவர்கள் இயக்குநர்கள் குழு/நிர்வாகக் குழு மற்றும் உயர் மேலாளர்களுக்கான கூட்டங்கள் மற்றும் பட்டறைகளை ஏற்பாடு செய்யலாம், இதன் மூலம் CSR நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுவது நல்ல வணிகப் படத்தை உருவாக்குகிறது மற்றும் நிறுவனத்திற்கு விற்பனையை மேம்படுத்துகிறது என்பதை அவர்களுக்கு உணர்த்தவும், நம்பவைக்கவும் முடியும்.

நிறுவனங்கள் CSR ஐ தங்கள் முக்கிய மதிப்புகளின் பகுதியாக மாற்ற வேண்டும். CSR கார்ப்பரேட் பணிகள் மற்றும் நடத்தை விதிகளில் ஒருங்கிணைக்கப்பட வேண்டும்.

மேலே உள்ள கொள்கைகளைக் கடைப்பிடிக்க வேண்டியதன் அவசியத்தைப் பற்றி ஊழியர்கள் மற்றும் கூட்டாளர்களுக்கு நிறுவனங்கள் கல்வி கற்பிக்க வேண்டும்; விதிகள் மற்றும் நடத்தை நெறிமுறைகள் வைக்கப்பட வேண்டும் மற்றும் அவற்றை மீறுவதற்கான அபராதங்கள் எழுதப்பட்டு சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினருக்கு தெரிவிக்கப்பட வேண்டும்.

நிறுவனங்களுக்குள் உள்ள பங்குதாரர்கள், பணியாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், சமூகங்கள் மற்றும் பொதுவாக சமூகத்தை குறிவைக்க வேண்டும். ஊழியர்களுடனான CSR, அவர்களுக்கு வேலைக்கான பொருத்தமான கருவிகள் மற்றும் ஆடைகளை வழங்குவதற்கான கொள்கையை உருவாக்குவதை உள்ளடக்கியிருக்கலாம்.

### CSR கோட்பாடுகள்

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் (CSR) தற்போதைய நடைமுறை CSR இன் பங்குதாரர் கோட்பாட்டின் மூலம் சித்தரிக்கப்பட்டு தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது.

1. CSR இன் பங்குதாரர் கோட்பாடு
2. CSR இன் வணிக நெறிமுறை கோட்பாடு.
3. CSR இன் பங்குதாரர் மதிப்பு கோட்பாடு.

### CSR இன் பங்குதாரர் கோட்பாடு

1990 களில் இருந்து பங்குதாரர் கோட்பாடு ஒரு நேரடி மாற்றாகவும் பங்குதாரர் மதிப்புக் கோட்பாட்டிற்கு சவாலாகவும் பிரபலமானது (ஃப்ரீமேன் 1984). 1960 களில் இருந்து பங்குதாரர்களின் அழுத்தக் குழுக்களின் எண்ணிக்கை பரவலாக வளர்ச்சியடைந்துள்ளது மற்றும் வணிகத்தில் பங்குதாரர்களின் தாக்கத்தை குறைத்து மதிப்பிடக்கூடாது என்று அது வாதிடுகிறது. நெறிமுறை

மற்றும் நடைமுறை சார்ந்தது வணிக வெற்றியாக இருக்க வேண்டும் என்பது பங்குதாரரின் ஆர்வத்தை விட பங்குதாரர்களின் பரந்த நலன்களை கருதுகிறது. பங்குதாரர் கோட்பாடு நிறுவனத்துடன் தொடர்பில்லாத பிறவற்றைக் காட்டிலும் சிறப்பு சமூகத்தை வலியுறுத்துகிறது. எனவே CSR என்பது நிறுவனத்தின் பங்குதாரர் பொறுப்பாகக் குறிப்பிடப்படுகிறது.

CSR இன் வணிக நெறிமுறை கோட்பாடு

வணிக நெறிமுறைக் கோட்பாடு பரந்த சமூகக் கடமைகள் மற்றும் சமூகத்தின் மீது வணிகம் கொண்டிருக்கும் தார்மீகக் கடமையை அடிப்படையாகக் கொண்டது (பிக், 2004).

இந்த கோட்பாடு CSR ஐ 3 மாறுபட்ட ஆனால் ஒன்றோடொன்று தொடர்புடைய நெறிமுறை அடிப்படையில் நியாயப்படுத்துகிறது:

1. குறிப்பிட்ட சமூக பிரச்சனைகளுக்கு சமூக அக்கறை மற்றும் சமூக எதிர்பார்ப்புகளை மாற்றுதல் மற்றும் வெளிவருதல்.

2. நித்திய அல்லது உள்ளார்ந்த நெறிமுறை மதிப்புகள் மற்றும் சமூக நீதி, நியாயம் மற்றும் மனித உரிமைகள் போன்ற நெறிமுறை மற்றும் உலகளாவிய கொள்கைகளாகக் குறிக்கப்படுகின்றன.



3. கார்ப்பரேட் குடியரிமை அதாவது சமூக நல்வாழ்வுக்கு பங்களிக்கும் ஒரு சமுதாயத்தில் சிறந்த குடிமகனாக கார்ப்பரேட்.

வணிக நெறிமுறைக் கோட்பாடு CSR ஐ சட்ட மற்றும் பொருளாதாரப் பொறுப்புகளைக் காட்டிலும் பரோபகார மற்றும் நெறிமுறைப் பொறுப்புகளாகக் கருதுகிறது. சட்டப்பூர்வ கடமை குறையும் இடத்தில் CSR தொடங்குகிறது.

CSR இன் பங்குதாரர் மதிப்பு கோட்பாடு

பங்குதாரர் மதிப்பு கோட்பாடு நோபல் பரிசு பெற்ற மில்டன் ப்ரைட்மேன் (1970) மூலம் குறிக்கப்பட்ட ஒரு முன்னோக்கு, வணிகத்தின் சமூகப் பொறுப்பு என்பது சட்ட விதிமுறைகளைப் பின்பற்றி அதன் இலாபத்தை மேம்படுத்துவது மட்டுமே என்று வாதிடுகிறது. ஹாயெக் போன்ற நியோகிளாசிக்கல் பொருளாதார வல்லுநர்கள், வணிகத்தின் செயல்பாடு சமூகத்திற்கும் பொருளாதாரத்திற்கும் பங்களிக்கும் வணிகமாகும் என்றும் அதன் செயல்பாடு இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசாங்கங்களால் செய்யப்படும் பிற சமூக செயல்பாடுகளுடன் குழப்பமடையக்கூடாது என்றும் வலியுறுத்துகின்றனர். இல்லையெனில், ஒரு தடையற்ற சந்தையில் வளங்களை ஒதுக்குவது மிகவும் பயனுள்ள

வழி அல்ல. ஏஜென்சி கோட்பாட்டாளர்கள் போன்ற பொருளாதார வல்லுனர்கள் கார்ப்பரேஷன் உரிமையாளர்கள் அதன் மேலாளர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள் என்று நம்புகிறார்கள், ஏனெனில் முகவர்களுக்கு மற்றவர்களை விட பங்குதாரர்களின் நலன்களுக்கு சேவை செய்ய நம்பகமான கடமை உள்ளது.

### CSR மற்றும் நிலையான வளர்ச்சி இலக்குகள்

- i. (SDGs) செப்டம்பர் 25, 2015 அன்று 193 நாடுகளால் மில்லினியம் டெவலப்மென்ட் இலக்குகளின் தொடர்ச்சியாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. SDGகள் வறுமையை முடிவுக்குக் கொண்டு வரவும், கிரகத்தைப் பாதுகாக்கவும் மற்றும் அனைவருக்கும் செழிப்பை உறுதிப்படுத்தவும் கவனம் செலுத்துகின்றன, இது ஒரு புதிய நிலையான வளர்ச்சி நிகழ்ச்சி நிரலின் ஒரு பகுதியாகும். மொத்தம் 17 இலக்குகள் மற்றும் 169 இலக்குகள் 2030 ஆம் ஆண்டிற்குள் அடையப்பட வேண்டும் என்றும், அதை நிறைவேற்றுவதற்கு அரசாங்கம், பெருநிறுவனங்கள் மற்றும் சிவில் சமூக அமைப்புகளின் கூட்டு முயற்சிக்கு அழைப்பு விடுக்கப்பட்டுள்ளது.

- ii. மற்ற நாடுகளுடன் இணைந்து நிலையான

வளர்ச்சிக்கான பிரகடனத்தில் இந்தியாவும் கையெழுத்திட்டுள்ளது. இந்தியாவில் அரசாங்க முன்முயற்சிகள் SDG களை அடைவதோடு இணைக்கப்பட்டிருந்தாலும், உள்ளூர் செயலாக்கம் மற்றும் தரவு சரிபார்ப்பு ஒரு சவாலாக உள்ளது. மெதுவான முன்னேற்றத்தைச் சேர்க்க, SDG குறியீட்டில் இந்தியா 157 இல் 116 வது இடத்தில் உள்ளது.

கார்ப்பரேட் துறை, சிவில் சமூக அமைப்புகள் மற்றும் அரசாங்கத்தின் ஒத்துழைப்பு மூலம் உடனடி நடவடிக்கை. கார்ப்பரேட்டுகள் இப்போது SDG களின் முக்கிய இயக்கிகளாகக் கருதப்படுகின்றன, ஏனெனில் அவர்கள் நிலையான வளர்ச்சி சவால்களைத் தீர்ப்பதில் தங்கள் படைப்பாற்றல் மற்றும் புதுமைகளைப் பயன்படுத்த முடியும் மற்றும் SDG களை செயல்படுத்துவதற்கு ஊக்குவிப்பாளர்களாக வலுவான பங்கை வகிக்க முடியும்..

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை (CSR) மக்கள் மற்றும் கிரகத்திற்கான முழுமையான முறையில் நிலையான வளர்ச்சிக்கான SDG களை அடைய பயன்படுத்த வேண்டும்.

iii. நிலையான வளர்ச்சி இலக்குகள் வணிகங்கள்

பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பில் ஈடுபடுவதற்கு சக்திவாய்ந்த கட்டமைப்பை வழங்குகின்றன. இந்தியாவில், நிறுவனங்கள் சட்டம் (2013) பிரிவு 135 இன் கீழ் CSR கொள்கையானது SDGகள் உருவான அதே நேரத்தில் வந்தது. பல்வேறு வளர்ச்சி சவால்களை எதிர்கொள்ள CSR கொள்கை உருவாக்கப்பட்டது. CSR மற்றும் SDGகள் ஒன்றாக இணைந்து நிலையான வளர்ச்சிக்கான ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட மாதிரியை உருவாக்குவதற்கான மிகப்பெரிய ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளன. SDGகள் மற்றும் CSR ஆகிய இரண்டின் கருப்பொருள் வளர்ச்சிப் பகுதிகளிலும் ஒன்றுடன் ஒன்று உள்ளது.

- iv. கார்ப்பரேட் துறையின் பங்கேற்புக்கு SDG கள் மகத்தான வாய்ப்புகளைக் கொண்டுள்ளன. இந்த இலக்குகள் பல்வேறு துறைகளைச் சேர்ந்த தனியார் வீரர்களை ஒட்டுமொத்த ஒத்திசைக்கப்பட்ட வளர்ச்சிக்காக வெவ்வேறு பங்குதாரர்களிடையே ஒருங்கிணைப்பை ஆராய்வதன் மூலம் நிலையான வளர்ச்சியின் பொதுவான நோக்கத்தை அடைகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, பெண்கள் மற்றும் இளைஞர்களின் திறன் மேம்பாட்டுப் பயிற்சியின் மூலம் வாழ்வாதாரத்தை மேம்படுத்துவதில் அதன் CSR கவனம் செலுத்தும் பகுதியை ஒரு நிறுவனம்

வரையறுக்கும் போது, அது வறுமை, பூஜ்ஜிய பசி, தரமான கல்வி, பாலின சமத்துவம் மற்றும் ஒழுக்கமான வேலை மற்றும் பொருளாதாரத்தை முடிவுக்குக் கொண்டுவருவதற்கான வழிமுறைகளை உருவாக்குவது போன்ற பல்வேறு SDG களுக்கு பங்களிக்கிறது. வளர்ச்சி.

- v. இந்திய அரசு தனது பல்வேறு திட்டங்களின் மூலம் மக்களைச் சென்றடையவும், SDG களை அடைவதில் பங்களிக்கவும் துணிச்சலான நகர்வுகளை மேற்கொண்டுள்ள நிலையில், வளர்ச்சி மாற்றுகள் போன்ற சிவில் சமூக அமைப்புகள் கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களுடன் இணைந்து பல்வேறு புதுமையான திட்டங்களைத் தொடங்கியுள்ளன. முக்கிய திட்டங்களில் ஒன்றுவளர்ச்சிக்கான மாற்றுகள் பல கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களால் ஆதரிக்கப்படும் 'வாழ்வாதாரத்திற்கான திறன்கள்' திட்டம். இந்த திட்டம் அனைவருக்கும் உற்பத்தி வேலை மற்றும் கண்ணியமான வேலை வழங்க வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. தற்போது, இது ஃபுல்லர்டன் இந்தியா கிரெடிட் கம்பெனி லிமிடெட் (FICCL) எனப்படும் முன்னணி வங்கி சாரா நிதி நிறுவனத்தால் ஆதரிக்கப்படுகிறது, இது இந்தியாவில் கிராமப்புற குடும்பங்கள் மற்றும் சிறு மற்றும்

நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கு பல்வேறு சில்லறை நிதி தயாரிப்புகளை வழங்குகிறது.

- vi. 'திறன்கள் முதல் வாழ்வாதாரம் திட்டம்' மூலம், இளைஞர்கள் மற்றும் பெண்கள் தங்கள் குடும்ப வருமானத்தை அதிகரிப்பதற்கான ஒரு வழியாக நிலையான வாழ்வாதாரத்தை கட்டியெழுப்ப மாற்றுத் தொழில்களில் பயிற்றுவிக்கப்படுகிறார்கள். இது வறுமையைக் குறைப்பதற்கும், சமத்துவமின்மையைக் குறைப்பதற்கும், ஒழுக்கமான வேலை மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கான வழிவகைகளை வழங்குவதற்கும் உதவுகிறது, இதன்மூலம் SDG கள் 1, 8 மற்றும் 10 ஐ அடைவதில் பங்களிக்கிறது. இன்றுவரை, FICCL களின் CSR இன் கீழ் நிதி பங்களிப்புகள் மூலம், மேம்பாட்டு மாற்றுகள் 1000 நபர்களை அவர்களுக்கு வழங்குவதன் மூலம் பாதிப்பை ஏற்படுத்தியுள்ளன. திறன் மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் மூலம் நிலையான வாழ்வாதாரம்.

**பெருநிறுவன சமூக பொறுப்பு மற்றும்**

**பெருநிறுவன ஆளுகை**

கார்ப்பரேட் ஆளுகை என்பது நிறுவனத்தின் திசையையும் செயல்திறனையும் தீர்மானிப்பதில் இயக்குநர்கள் குழு, உயர் நிர்வாகம் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு இடையிலான உறவைக் குறிக்கிறது. கார்ப்பரேட் ஆளுகை அடிப்படையில் நிறுவனங்கள்

நெறிமுறையாக நிர்வகிக்கப்படும் மற்றும் ஒழுங்குபடுத்தப்படும் தரநிலைகளின் தொகுப்பாக குறிப்பிடப்படுகிறது. முறையான அறிக்கை மற்றும் வெளிப்படுத்தல் மூலம் நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த உருவம், செயல்திறன் மற்றும் செயல்திறனை மேம்படுத்துவதை இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது பங்குதாரர்கள், அரசு சாரா நிறுவனங்கள், குடிமைச் சமூகம், முதலீட்டாளர்கள் ஆகியோரை வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துவதில் ஈடுபடுவதன் மூலம் சமூகத்தின் அனைத்துப் பிரிவினருக்கும் சமூகப் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு பங்களிப்பதில் வணிகத்தின் நீண்டகால அர்ப்பணிப்பாகும்.

CG மற்றும் CSR இரண்டும் பயனுள்ள நிர்வாகம், கட்டாய வெளிப்படுத்துதல் மற்றும் நிலையான வணிக மாதிரியை உருவாக்குதல் ஆகியவற்றிற்கு அவசியமானவை.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது கார்ப்பரேட் திட்டமிடல், உத்தி மற்றும் செயல்பாட்டு செயல்திறன் ஆகியவற்றின் தவிர்க்க முடியாத பகுதியாகும். நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013 இன் படி, ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் நிகர லாபத்தில் குறைந்தபட்சம் 2% கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பிற்குச் செலவிடுவது கட்டாயமாகும்.

நிறுவனங்கள் லாபம் ஈட்டும் நோக்கத்திற்காக உருவாக்கப்படக்கூடாது, சமுதாயத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் சேவை செய்வதற்கும் ஒரு பெரிய படத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். மனித உரிமைகள், தொழிலாளர்களின் உரிமைகள்,

சப்ளையர்களின் உறவுகள் & ஈடுபாடு, அடிப்படை வசதிகளை வழங்குதல் போன்ற பல்வேறு முக்கியப் பிரச்சினைகளுக்கு CSR தீர்வு அளிக்கிறது.

வேகமாக மாறிவரும் வணிகச் சூழலில், நிறுவனங்கள் உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச வீரர்களிடமிருந்து பெரும் போட்டியை எதிர்கொள்கின்றன, எனவே குறைந்த விலையில் தரமான பொருட்களை வழங்குவதன் மூலமும், நிதி நிலையை மேம்படுத்துவதன் மூலமும், அதாவது லாபம், பங்குக்கான வருவாய் போன்றவற்றின் மூலம் சிறந்தவர்களின் உயிர்வாழ்வது அவசியம். இந்த செயல்திறன் குறிகாட்டிகளின் அடிப்படையில் பங்குதாரர்கள் ஊக்கத்தொகைகள் அல்லது ஈவுத்தொகைகளைப் பெறுகின்றனர். சமூகப் பொறுப்புள்ள நடத்தை நிறுவனத்தின் லாபத்தை இயக்கவில்லை என்றால், அவர்கள் சமூக காரணங்களுக்காக அல்லது முன்முயற்சிகளை ஆதரிக்கும் நிலையில் இருந்திருக்க மாட்டார்கள். எனவே, சமூகத்தின் பின்தங்கிய பிரிவினரை மேம்படுத்துவதற்காக பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு நடவடிக்கைகளில் செலவழிக்க லாபம் சமமாக தேவைப்படுகிறது.

நிறுவனங்கள் கட்டுப்பாட்டாளர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்களுக்கு அவர்கள் முழு வெளிப்படையான மற்றும் பொறுப்புணர்வை உறுதியளிக்க முனைகின்றன, அவர்கள் வணிக நடைமுறைகளின் பல்வேறு அம்சங்களில் நியாயமான நிர்வாகக் கொள்கைகளுக்கு உறுதியளிக்கிறார்கள். இதேபோல், பரந்த நெறிமுறை முடிவுகளுக்காக கார்ப்பரேட் ஆளுகைக்கு



எடுத்துக்கொள்வதன் மூலம் CSR நெறிப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

இன்றைய நாட்களில், பங்குதாரர்களின் இலக்குகள், சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூகத் தேவைகளை சமநிலைப்படுத்துவதில் பெருநிறுவனங்களால் நடைமுறைப்படுத்தப்படும் CSR மிகவும் இணக்கமாக உள்ளது. பெரிய நிறுவனங்களில், நிர்வாகத்தின் பொறிமுறையில் CSR குழுக்கள், வணிக நெறிமுறைகள் குழு, கார்ப்பரேட் நடத்தை விதிகள், தணிக்கைக் குழு, ஊதியக் குழு ஆகியவை அடங்கும், இவை அனைத்தும் ஷரத்து 49 மற்றும் பங்குதாரர்களின் புகாரின் ஒரு பகுதியாகும். இந்த சாதனங்கள் அனைத்தும் "கார்ப்பரேட் சுய-ஒழுங்குமுறை"க்காக தன்னார்வ அடிப்படையில் உருவாக்கப்பட்டவை.

கார்ப்பரேட் ஆளுகை, "ஆட்சி" என்ற கருத்து மனித நாகரிகத்தைப் போலவே பழமையானது. வெறுமனே ஆளுகை என்பது முடிவெடுக்கும் செயல்முறை மற்றும் நெறிமுறை அடிப்படையில் முடிவுகள் செயல்படுத்தப்படும் செயல்முறை. கார்ப்பரேட் நிர்வாகம், சர்வதேச நிர்வாகம், தேசிய நிர்வாகம் மற்றும் உள்ளூர் நிர்வாகம் போன்ற பல வடிவங்களில் ஆளுகை இருக்கலாம்.

நிர்வாகத்தின் பகுப்பாய்வு முடிவெடுப்பதில் ஈடுபட்டுள்ள முறையான மற்றும் முறைசாரா பங்குதாரர்கள் மீது கவனம் செலுத்துகிறது. முறையான பங்குதாரர்களில் முதலீட்டாளர்கள், இயக்குநர்கள் குழு, மேலாளர்கள், அரசு மற்றும் முறைசாரா பங்குதாரர்கள் என்ஜிஓக்கள், சிவில் சமூகம், ஆராய்ச்சி

நிறுவனங்கள் அடங்கும்.

ஆட்சியில் ஈடுபடும் வீரர்களில் அரசும் ஒன்று. அரசாங்கத்தின் தலையீட்டின் அளவைப் பொறுத்து நிர்வாகத்தில் ஈடுபடும் மற்றவர்கள் மாறுபடும்.

கார்ப்பரேட் கவர்னன்ஸ் வணிக முடிவெடுக்கும் கட்டமைப்பை வகுத்துள்ளது, இது நிறுவனத் தேவைகளின் சீரான செயல்பாட்டிற்குப் பயன்படுத்தப்படலாம். இது "ஏஜென்சி மோதல்களை" தீர்க்க இயக்குனர்கள், பங்குதாரர்கள் மற்றும் மேலாளர்கள் இடையேயான உறவுகளை மேம்படுத்த உதவுகிறது.

கொள்கைகளில் கருத்து வேறுபாடுகள், முடிவெடுப்பதில் கருத்து வேறுபாடுகள், மேலாளர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு இடையே உள்ள நோக்கங்களில் மாறுபாடு போன்றவற்றால் ஏஜென்சி மோதல்கள் எழுகின்றன.

பங்குதாரர்கள் முடிவெடுக்கும் திறனுடன் மேலாளர்களை நம்ப வேண்டும் மற்றும் நிதிப் பத்திரங்களில் முதலீடுகள் தொடர்பான பணிகளைச் செய்ய அதிகாரம் வழங்க வேண்டும்.

கார்ப்பரேட் உலகில், கார்ப்பரேட் கவர்னன்ஸ் என்ற சொல் செயல்முறைகளின் தொகுப்பாக விவரிக்கப்படுகிறது, இது நெறிமுறை வழியில் இயங்கும் வணிகத்தை இயக்குவதற்கும், நிர்வகிப்பதற்கும் மற்றும் கட்டுப்படுத்துவதற்கும் கார்ப்பரேஷன் தேவைப்படுவதை நிர்வகிக்கிறது. கடந்த ஆண்டுகளில், கார்ப்பரேட் ஆளுகையானது, முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள் போன்ற முதலீட்டாளர்கள்

அல்லாதவர்களைப் பாதுகாக்கும் வகையில் செயல்படும் பொதுக் கொள்கை அணுகுமுறைக்கு மாறியுள்ளது.

2000 களின் முற்பகுதியில் நடந்த பெரிய பெருநிறுவன ஊழல்கள், முதலீடு செய்வதில் நம்பிக்கை இழக்கும் ஒட்டுமொத்த முதலீட்டாளர் சமூகத்தையும் தூண்டியது. அந்த நேரத்தில்தான் கார்ப்பரேட் நிர்வாகம் ஒரு பொதுக் கொள்கைத் தலைப்பாக வேகமெடுத்து கவனத்தைப் பெற்றது. கட்டுப்பாட்டாளர்கள் நிதி மோசடிகள் மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மை மீது அதிக ஆய்வுகளை அனுமதிக்க பெருநிறுவன சீர்திருத்தத்திற்கான முன்மொழிவுகளை அழைத்தனர்.

சப்-பிரைம் நெருக்கடியின் காரணமாக உலக நிதியச் சரிவு மற்றும் பொருளாதார அமைப்பில் ஏற்பட்ட கொந்தளிப்பு, முக்கியமாக நிர்வாக அமைப்பில் ஏற்பட்ட வீழ்ச்சி மற்றும் தாக்கங்கள் பேரழிவை ஏற்படுத்தியது.

OECD மற்றும் உலக வங்கி ஆகியவை இணைந்து உறுப்பு நாடுகளுக்கு சர்வதேச அளவில் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய கார்ப்பரேட் ஆளுகைக் குறியீட்டை பரிந்துரைப்பதில் முனைப்புடன் செயல்பட்டு வருகின்றன. 'குடிமக்கள் நலன்' மற்றும் பெருநிறுவனங்களின் ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சியை மேம்படுத்துவதற்கு ஒரு நாட்டின் வளங்கள் மற்றும் பொருளாதார சூழலை மேம்படுத்தும் கார்ப்பரேட் நிர்வாக நடைமுறைகளை மறுசீரமைக்க வேண்டிய அவசியத்தை இந்த உச்ச வளர்ச்சி அமைப்புகள் உணர்ந்தன.

கார்ப்பரேட் ஆளுகையை நடைமுறைப்படுத்துவது பங்குதாரர்களின் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புக்கூறல் மற்றும் நீண்ட கால மற்றும் குறுகிய கால இடர் திட்டமிடலுடன் குறிப்பிடத்தக்க வகையில் தொடர்புடையது. நியாயமான கார்ப்பரேட் ஆளுகை நடைமுறைகளை வெற்றிகரமாக செயல்படுத்துவதற்கான பொறுப்பு, கார்ப்பரேஷனின் இயக்குநர்கள் குழுவின் கைகளில் உள்ளது.

அவர்கள் வெளிப்படையான மற்றும் நேர்மையான வாரியக் கட்டமைப்புகளை (சுயேச்சையான இயக்குநர்கள் அதிகாரத்தை வைத்திருக்கும் இடத்தில்), நியாயமான நிர்வாக ஊதியங்களை தீர்மானித்தல் மற்றும் நிதி மற்றும் நிதி அல்லாத நடவடிக்கைகளை வெளிப்படுத்துவதற்கு பொறுப்பானவர்கள். பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு உலகளாவிய பாதுகாப்பான முதலீட்டுச் சூழலை உருவாக்குவதில் கார்ப்பரேட் நிர்வாகம் முக்கியமாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. பெரும்பாலான நாடுகளை உறுதி செய்ய, ஆலோசனை கார்ப்பரேட் நிர்வாகக் குறியீட்டை ஏற்றுக்கொள்வதற்கும், வணிக செயல்திறனை மேம்படுத்துவதற்காக சிறந்த நடைமுறைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை பரப்புவதற்கும் பெருநிறுவனங்கள்.

பொருளாதார ஒத்துழைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான அமைப்பு (OECD) மற்றும் உலக வங்கி ஆகிய இரண்டும் மரியாதைக்குரிய நிறுவனங்கள் சர்வதேச அளவில்

ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய கார்ப்பரேட் ஆளுகைக் குறியீட்டை பரிந்துரைப்பதில் முன்னோடிகளாக உள்ளன.

புதிய புதுமையான கார்ப்பரேட் நிர்வாக நடைமுறைகளை ஏற்றுக்கொள்வது, குடிமக்கள் நலன் மற்றும் பெருநிறுவனங்களின் ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சியை மேம்படுத்துவதில் ஒரு நாட்டின் வளங்கள் மற்றும் பொருளாதார சூழலை மேம்படுத்த உதவும். எனவே ஒவ்வொரு நாடும் தங்கள் சொந்த நிர்வாக அமைப்பை வடிவமைத்து, நிறுவன நிர்வாக விதிமுறைகளை தொடர்ந்து மேம்படுத்த வேண்டும். OECD மற்றும் உலக வங்கி ஆகியவை 25 உறுப்பினர் நாடுகள் மற்றும் பிற உறுப்பினர் அல்லாத நாடுகளை தேசிய மற்றும் சர்வதேச அளவில் பெருநிறுவன நிர்வாக நடைமுறைகளை தரப்படுத்த வேண்டும் மற்றும் அவர்களின் நிறுவனங்களுக்கு ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய நிறுவன ஆளுகை கட்டமைப்பை உருவாக்க வேண்டும்.

நவீன மற்றும் சிக்கலான வணிக உலகம், உயர் தரம், நெறிமுறைகள் மற்றும் சிறப்பை நிறுவனம், நபர், செயல்முறை மற்றும் தயாரிப்பு மட்டத்தில் ஒழுங்காக உள்வாங்க வேண்டும் இந்த மாற்றத்தைச் சமாளிக்க, முக்கியத் திறன் அடையாளம் காணப்பட வேண்டும் மற்றும் வெற்றிக்கான அந்நியச் செலாவணி தேவை, இவை அனைத்தையும் பெருநிறுவன நிர்வாகத்தின் மூலம் சாத்தியமாக்க முடியும்.

கார்ப்பரேட் ஆளுகை என்பது பொறுப்புணர்வுக்கான ஒரு சொல். உலகம் முழுவதும் பெரும் வணிக தோல்விகளைத்

தொடர்ந்து, சமீபத்திய ஆண்டுகளில் இது அதிக முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ளது. கார்ப்பரேட் நிறுவனங்கள் இயக்கப்படும் மற்றும் கட்டுப்படுத்தப்படும் போது கார்ப்பரேட் நிர்வாகம் வலுவானதாகிறது, நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள செயல்பாடுகளின் முழு வரம்பையும் உள்ளடக்கியது, இயக்குநர்கள் குழுவை அமைப்பின் மையத்தில் வைக்கிறது.

கார்ப்பரேட் நிர்வாகத்தின் சாராம்சம் என்னவென்றால், அது "பங்குதாரர்களின், பங்குதாரர்களால் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கானது". இது சட்ட மற்றும் ஒழுங்குமுறை தேவைகளுக்கு இணங்கும் பங்குதாரர்கள், கடனாளிகள், ஊழியர்களின் வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் சப்ளையர்களின் நலன்களுக்காக நீண்ட கால மூலோபாய இலக்குகளை அடைவதற்கான ஒரே நோக்கத்துடன் ஒரு நிறுவனத்தை கட்டமைத்தல், இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவற்றின் அமைப்பாகும். பெருநிறுவன நிர்வாகக் கையேடு அடிப்படையில் இயக்குநர்களின் அதிகாரங்களுடன் தொடர்புடையது, குறிப்பாக நிர்வாகிகள் அல்லாதவர்கள், நிறுவனத்தின் தற்போதைய நிலை குறித்த தகவல்களை அனைத்து இயக்குநர்களுக்கும் கணினிக் கட்டுப்பாட்டிற்கும் கிடைக்கச் செய்து, தகவலின் நம்பகத்தன்மை, நேரம் மற்றும் செயல்திறன் ஆகியவற்றை உறுதிப்படுத்துகிறது.

கார்ப்பரேட் ஆளுகை என்பது கார்ப்பரேட் நிர்வாகம் மட்டுமல்ல, இது மிகவும் விரிவானது மற்றும் சில நன்கு

வரையறுக்கப்பட்ட நோக்கங்களைச் சந்திக்க நியாயமான மற்றும் வெளிப்படையான நிர்வாகத்தை உள்ளடக்கியது. கார்ப்பரேட் ஆளுகை என்பது நிர்வாகம் நடைமுறைப்படுத்த வேண்டிய நடத்தை விதிகளையும் உள்ளடக்கியது.

கார்ப்பரேட் நிர்வாகம் என்பது அமைப்பு அல்லது தொழிலுக்கு மட்டும் கட்டுப்படுத்தப்படவில்லை. அதன் நோக்கம் வணிகத்திற்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் பொருளாதார மற்றும் சமூக இலக்குகளுக்கு இடையில் மற்றும் தனிநபர் மற்றும் வணிக இலக்குகளுக்கு இடையில் சமநிலையை வைத்திருப்பதன் மூலம் சமூகத்தை மூடுகிறது. வளங்களை திறம்பட பயன்படுத்துவதை ஊக்குவிப்பதற்காகவே ஆளுகை கட்டமைப்பு உள்ளது. தனிநபர்கள், நிறுவனம் மற்றும் சமூகத்தை சீரமைப்பதே முக்கிய நோக்கம். அவர்களின் பொருளாதாரத்தை வலுப்படுத்தவும், மோசடி மற்றும் தவறான நிர்வாகத்தை ஊக்கப்படுத்தவும் கார்ப்பரேட் கவர்னன்ஸ் செயல்படுத்தப்படுகிறது. கார்ப்பரேட் ஆளுகையின் அடிப்படை நோக்கம் நீண்ட கால பங்குதாரர் மதிப்பை அதிகரிப்பதாகும்.

கார்ப்பரேட் நிர்வாகத்தின் அடிப்படைக் கொள்கைகள் மதிப்புகள், நெறிமுறைகள் மற்றும் சிறந்த வணிக நடைமுறைகளைப் பின்பற்றுவதற்கான அர்ப்பணிப்பு ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது. எனவே, அதன் பங்குதாரர்களுடன் கையாள்வதில் வெளிப்படைத்தன்மை, வெளிப்படுத்துதல் மற்றும் நியாயத்தன்மை ஆகியவற்றின் அடிப்படைகளில் தங்கியுள்ளது மற்றும் நீண்ட காலத்திற்கு

நிறுவனத்தின் மதிப்பை அதிகரிப்பதுடன் லாபத்தை அதிகரிக்கவும் செய்கிறது.

CSR நிச்சயமாக நிறுவனத்தின் மீது நிதி தாக்கத்தை உருவாக்குகிறது மற்றும் CSR இன் தாக்கங்களை ஒரு நிறுவனம் புரிந்து கொள்ள வேண்டியது அவசியம். நிறுவனங்கள் பொதுவாக எந்த மதிப்பையும் தீர்மானிப்பதில்லை, ஆனால் சில விஷயங்கள் சமூகத்தில் மிகவும் கண்டிக்கத்தக்கதாக மாறும், அவை வணிகத்திற்கு ஆபத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. CSR ஆனது ஒரு NGO இயக்கத்தில் இருந்து அதிக நன்மைக்காக வணிகம் சார்ந்த இடர் மேலாண்மை உத்தியாக உருவாகி வருகிறது, இதன் காரணமாக CSR நிர்வாகத்திற்கு மையமாக உள்ளது. எதிர்காலத்தில் ஆளுமையின் CSR அம்சங்கள் வளரும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது, ஏனெனில் நிதி அல்லாத சிக்கல்கள் பல தொழில்களுக்கு குறிப்பாக அவைகளில் அதிக அளவில் தொடர்புடையவை.

நிர்வாகத் தரம் இல்லாத நாடுகள். கார்ப்பரேட் நிர்வாகத்தின் போர்ட்:போலியோவில் CSR சேர்க்கப்பட்டால் நன்றாக இருக்கும், அதன் பிறகு நிறுவனங்களின் இயக்குநர்கள் அல்லது மேலாளர்கள் அதிக பொறுப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் சட்டப்பூர்வ ஆதரவைக் கொண்டிருக்கும். எதிர்காலத்தில், மேலும் பல நிறுவனங்கள் தங்கள் நிறுவன ஆளுகைக் கொள்கைகளின் ஒரு பகுதியாக CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றன என்பதை சமூகம் சாட்சியாகக் காணும்.



**கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் ஓட்டுநர்கள் (CSR)**

**நிறுவனங்கள் ஏன் சமூகப் பொறுப்பை அதிகரிக்கின்றன?**

சமீபத்திய ஆண்டுகளில், ஒரு போக்கு உள்ளது, குறிப்பாக பெரிய நிறுவனங்கள் மத்தியில், தங்கள் வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு சமூகப் பொறுப்பான அணுகுமுறையை கடைப்பிடிக்கும்.

**கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக்கு (CSR) மாறுவது ஏன்?**

பெரிய நிறுவனங்களை ஊக்குவித்த ஏராளமான ஓட்டுனர்கள் சந்தையில் உள்ளனர்மேலும் சமூகப் பொறுப்புடன் இருக்க வேண்டும். ஆனால் நிறுவனங்கள் சமூகப் பொறுப்புணர்வுடன் இருப்பதற்கான முக்கிய இயக்கிகள்:

- அரசு சட்டம்
- நிறுவனங்களின் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புகள்
- நுகர்வோர் லாபி குழுக்கள்
- சம்பந்தப்பட்ட செலவுகளின் அளவு
- அவர்கள் செயல்படும் தொழில் வகை
- போட்டி நன்மைக்கான சாத்தியம்
- உயர்மட்ட பெருநிறுவன கலாச்சாரம்

**அரசு சட்டம்**

சில குறிப்பிட்ட தொழில்களில் உள்ள பல நாடுகளில், நிறுவனங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட முறையில் இணங்கி நடந்து கொள்ள வேண்டும் என்று அரசாங்கம் சட்டத்தை விதித்துள்ளது. எவ்வாறாயினும், இந்த வழக்கில், இந்த சட்டத்தால் பாதிக்கப்படும் நிறுவனங்கள் ஒழுங்குமுறை காரணமாக பல்வேறு தேவைகளுக்கு மட்டுமே இணங்குகின்றன. அவர்கள்

இருக்கலாம் அல்லது ஒட்டுமொத்த மூலோபாயத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளில் சமூகப் பொறுப்புணர்வு முயற்சிகளை இணைக்கத் தயாராக இல்லை.

எடுத்துக்காட்டுகளில் சுற்றுச்சூழல், மாசுபாடு, தொழிலாளர்கள் மற்றும் நிபந்தனைகளின் பயன்பாடு, தயாரிப்பு அகற்றல், உற்பத்தியில் பயன்படுத்தப்படும் பொருட்கள் மற்றும் பலவற்றுடன் தொடர்புடைய சட்டங்கள் அடங்கும். எனவே, இது கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் இயக்கியாக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை, ஆனால் இது நிறுவனங்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டு பின்பற்றப்படுகிறது, ஏனெனில் இது அரசாங்கத்தால் அவர்களுக்கு விதிக்கப்பட்ட தேவையாகும்.

**நிறுவனங்களின் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புகள்**

நுகர்வோர் சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகள் குறித்து அதிக விழிப்புணர்வைக் கொண்டுள்ளனர் மற்றும் நுகர்வோர் கொள்முதல் முடிவுகளை கருத்தில் கொள்ளும்போது எதிர்காலத்தை கருத்தில் கொள்வது சற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகிறது. இதன் விளைவாக, சமூகம் மற்றும் சமூகங்களுடன் தொடர்புடைய சில நிறுவனங்கள் பொருத்தமான முறையில் நடந்து கொள்ள வேண்டும் என்ற எதிர்பார்ப்பு சில நுகர்வோருக்கு இருக்கும்.

உதாரணமாக, வளரும் நாடுகளில் குறைந்த ஊதியம் பெறும் தொழிலாளர்களை பொம்மைகள், விளையாட்டுகள் மற்றும் புதுமைகளை தயாரிப்பதற்கு பயன்படுத்தியது தொடர்பாக டிஸ்னி கடந்த காலத்தில் குறிப்பிடத்தக்க

விமர்சனங்களை எதிர்கொண்டது. அதேபோல், சில நுகர்வோர் KFC ஐ விமர்சிக்கின்றனர், ஏனெனில் அவற்றின் சப்ளை கோழிகள் வைத்திருக்கும் நிபந்தனைகள். மாறிவரும் நுகர்வோரின் எதிர்பார்ப்புகளால் நிறுவனங்கள் இந்த சிக்கல்களுக்கு மிகவும் பதிலளிக்கும் மற்றும் மிகவும் பெருநிறுவன பொறுப்பான கண்ணோட்டத்தை ஏற்றுக்கொண்டது.

### நுகர்வோர் லாபி குழுக்கள்

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் முந்தைய இயக்கியுடன் இணைந்து, இணையம் மற்றும் சமூக ஊடகங்கள் நுகர்வோர் லாபி குழுக்களை உருவாக்குவதற்கும், கவனத்தை உருவாக்குவதற்கும், பாதகமான மீடியா கவரேஜை உருவாக்குவதற்கும், அதன் மாற்றத்திற்கான இலக்குகளை அடைவதற்கும் மிகவும் எளிதாக்கியுள்ளன.

பொதுவாக, இந்த நுகர்வோர் லாபி குழுக்கள் சுற்றுச்சூழலை மோசமாக பாதிக்கும் தொழிற்சாலைகளுக்குள் உள்ள பெரிய மற்றும் நன்கு அறியப்பட்ட நிறுவனங்களை குறிவைக்கும்.

தயாரிப்பு மதிப்பை வழங்கவில்லை எனக் கருதப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, வால்மார்ட் பெரும்பாலும் லாபி குழுக்களின் இலக்காக இருக்கிறது, ஏனெனில் அவர்களின் உணரப்பட்ட நடவடிக்கைகள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகங்கள் மற்றும் வணிக மையங்களில் தாக்கம். மற்றொரு உதாரணம் மெக்டொனால்டு, அவர்கள் உடல் பருமன் மற்றும் மக்களின் ஆரோக்கியத்தில் ஏற்படுத்தக்கூடிய தாக்கத்தை அடிக்கடி விமர்சிக்கிறார்கள்.

எனவே, லாபி குழுக்களின் இலக்காக இருக்கும் பெரிய நிறுவனங்கள், பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புணர்வு முயற்சிகளில் ஈடுபடத் தயாராக இருக்கும்.

**சம்பந்தப்பட்ட செலவுகளின் அளவு**

சமூகப் பொறுப்பை அதிகரிப்பதற்கான மாற்றம் நிறுவனத்திற்கு நியாயமான விலையில் வரலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு உற்பத்தியாளர் தனது தயாரிப்புகளை மிகவும் வளர்ந்த நாடுகளில் உற்பத்தி செய்யத் தேர்வு செய்கிறார் அல்லது உற்பத்தித் தொழிலாளர்களுக்கு ஊதியம் வழங்குவதைத் தேர்ந்தெடுப்பது - வளரும் நாடுகளில் திறமையற்ற தொழிலாளர்களை "சுரண்டுவதை" விட - அவர்களின் யூனிட் வரம்பு மற்றும் ஒட்டுமொத்த லாபத்தை கணிசமாக பாதிக்கும்.

ஒரு வங்கி தனது வாடிக்கையாளர் வங்கி அறிக்கைகளை காகித அடிப்படையிலிருந்து மின்னணு (இ-அறிக்கைகள் என அறியப்படுகிறது) அவர்கள் நிறைய காகிதங்களைச் சேமிப்பதன் அடிப்படையில் மாற்றலாம் - ஆனால் இது நிறுவனத்திற்கான செலவுகளைக் குறைப்பதில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. அதேபோல், ஒரு பெரிய ஹோட்டல் சங்கிலி தனது வாடிக்கையாளர்களை ஒவ்வொரு நாளும் தங்கள் குளியல் துண்டுகளை மீண்டும் பயன்படுத்த ஊக்குவிக்கும். மீண்டும், ஹோட்டல் குறைக்கப்பட்ட நீர் மற்றும் மின்சாரம் ஆகியவற்றின் சுற்றுச்சூழல் நன்மையைக் கோரலாம், எல்லா நேரங்களிலும் செலவுகளைக் குறைத்து லாபம் அதிகரிக்கும்.

எனவே, சமூகப் பொறுப்பு முன்முயற்சி ஒரு வெற்றி-  
வெற்றி சூழ்நிலையை பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் இடத்தில், ஒரு  
அமைப்பு அதை செயல்படுத்த அதிக வாய்ப்பு உள்ளது.

### **அவர்கள் செயல்படும் தொழில் வகை**

நிறுவனங்கள் பொறுப்பான பெருநிறுவன குடிமக்களாக  
மாறுவதற்கான எதிர்பார்ப்பு அதிக அழுத்தம் உள்ள பல  
குறிப்பிடத்தக்க தொழில்கள் உள்ளன.

உலகளாவிய நிதி நெருக்கடியைத் தொடர்ந்து, வங்கிகள் மற்றும்  
பிற நிதி நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிக நடவடிக்கைகளில்  
மிகவும் வெளிப்படையானதாகவும் நெறிமுறையுடனும் இருக்க  
வேண்டும் என்ற எதிர்பார்ப்பு அதிகரித்துள்ளது.  
வெளிப்படையாகவே உற்பத்தி என்பது அதன் மீது அதிக  
அழுத்தத்தைக் கொண்ட மற்றொரு தொழிலாகும் - குறிப்பாக  
கணிசமான மாசு இருக்கக்கூடிய கனமான உற்பத்தி, அல்லது  
வளரும் நாடுகளில் உற்பத்தி செய்ய முடிவு செய்யும் பெரிய  
நிறுவனங்கள் அல்லது தயாரிப்புகளை அகற்றுவதில் சிக்கல்  
உள்ள உற்பத்தியாளர்கள் (எ.கா. மொபைல் போன்கள் மற்றும்  
பேட்டரிகள் மற்றும் இரசாயனங்கள்).

### **படத்தின் மூலம் போட்டி நன்மைக்கான சாத்தியம்**

சில நிறுவனங்கள் தங்கள் முக்கிய உருவத்தை உருவாக்க  
முயற்சி செய்கின்றன, அல்லது குறைந்தபட்சம் அவர்களின்  
சமூகப் பொறுப்பான நடத்தையைச் சுற்றி தங்கள் பிராண்ட்  
சங்கத்தின் சில பகுதிகள் உள்ளன. சில நிறுவனங்கள் தாங்கள்  
நெறிமுறை உற்பத்தியாளர்கள் என்பதை

முன்னிலைப்படுத்துகின்றன -எட்டிகோஅத்தகைய ஒரு உற்பத்தியாளர், மற்றும்வங்கிமெகு சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த வீடுகள் இருந்தால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மலிவான வீட்டுக் கடன்களை வழங்கும் நிதி நிறுவனம் ஆகும்.

இந்த விஷயத்தில், இந்த வகையான நிறுவனங்கள் உண்மையிலேயே சமூக சந்தைப்படுத்தல் கருத்தை நடைமுறைப்படுத்துகின்றன. சமூகத்திற்கோ அல்லது குறிப்பிட்ட சமூகத்திற்கோ பங்களிப்பதற்காக அவர்கள் சில இலாபங்களை முன்வைக்கின்றனர்.

**பெருநிறுவன கலாச்சாரம் மற்றும் உயர் மேலாண்மை மதிப்புகள்**

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது ஒட்டுமொத்த பெருநிறுவன கலாச்சாரம் மற்றும் உயர் நிர்வாக மதிப்புகளின் பிரதிபலிப்பாகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், நிறுவனத்தின் மூத்த நிர்வாகத்திற்கு சமூகத்திற்கு ஒரு பங்களிப்பை வழங்குவது எவ்வளவு முக்கியம்? இது சமூகப் பொறுப்பு எவ்வளவு உட்பொதிக்கப்பட்ட ஒட்டுமொத்த உத்தி என்பதை வழிகாட்டும், அல்லது இது வெறும் விளம்பரப் பயிற்சியா?

**தொண்டு பற்றிய கருத்து:**

தொண்டு என்பது நிபந்தனையின்றி மற்றவர்களுக்கு அன்பையும் கருணையையும் நீட்டிக்கும் செயல், இது ஒரு உணர்வுபூர்வமான செயல், ஆனால் வெகுமதியை எதிர்பார்க்காமல் இதயத்தால் முடிவு எடுக்கப்படுகிறது. தொண்டு

தன்னலமின்றி மேற்கொள்ளப்படும் போது, ஒரு நபர் கொடுக்கும் ஒரு வழிச் செயலாகும், ஆனால் அதற்கு ஈடாக எதுவும் கேட்காது.

இயற்கையின் இந்தச் செயல்தான் அதை விலைமதிப்பற்றதாகவும், ஆத்மார்த்தமாகவும் ஆக்குகிறது. தொண்டு வீட்டிலிருந்து தொடங்க வேண்டும் என்று நம்புபவர்கள் உள்ளனர், ஆனால் மற்றவர்கள் அது இதயத்திலிருந்து தோன்ற வேண்டும் என்று நம்புகிறார்கள். எவ்வாறாயினும், தொண்டு இதயத்திலிருந்து உருவாகிறது, கொடுக்க வேண்டும் என்ற தூண்டுதலை ஒருவர் உணர்கிறார், வீட்டிலிருந்து தொடங்கி, இறுதியில் சமூகத்தில் உள்ள மற்றவர்களுக்கு நீட்டிக்கிறார்.

நனவாகவோ அல்லது அறியாமலோ பிறரிடம் இரக்கம் காட்ட வேண்டியதன் அவசியத்தை உள்நோக்கிய அங்கீகாரத்துடன் தொண்டு தொடங்குகிறது. ஒவ்வொருவருக்கும் வாழ்க்கையில் ஏதேனும் ஒருவிதமான பிரச்சனைகள், பிரச்சனைகள் மற்றும் துக்கங்கள் உள்ளன, ஆனால் கருணை, இரக்கம் மற்றும் பிறருக்கு உதவ விரும்புவதற்காக, தங்கள் சொந்த பிரச்சனைகளை குறைத்து மதிப்பிடக் கற்றுக்கொள்பவர்களிடம் இருந்து தொண்டு தொடங்குகிறது. எனவே சிலர் மற்றவர்களின் வலியைப் போக்க தங்கள் சொந்த வலிகளை ஒதுக்கி விடுகிறார்கள்.

## தொண்டு நோக்கம்

தொண்டு இன்றியமையாதது, எனவே உலகின் எந்தப் பகுதியிலும், குறிப்பாக போர், இயற்கை பேரழிவு, பேரழிவு, பசி, நோய், வறுமை போன்றவற்றால் பாதிக்கப்பட்ட மக்களுக்கு, பொது நலன், நிவாரணம் மற்றும் உதவிகளை வழங்க வேண்டும். , அனாதைகளுக்கு உணவு, தங்குமிடம், மருத்துவ உதவி மற்றும் பிற அடிப்படைத் தேவைகளை வழங்குவதன் மூலம்

முழுநேரக் கல்வியில் பயிலும் மாணவர்களுக்கு மானியங்கள் மற்றும் விருதுகளை வழங்குவதன் மூலம் பொது நலனுக்காக இளைஞர்களின் கல்வியை முன்னேற்றுவதன் மூலம் இத்தகைய தொண்டு நோக்கங்கள் வேகம் பெறலாம். வளரும் நாடுகளில் வறுமையைக் கருத்தில் கொள்ளும்போது, மக்கள் ஆழ்ந்த வருத்தத்தை உணர்கிறார்கள், ஆனால் பிரச்சனையைக் குறைக்க அல்லது ஒழிக்க எந்த முயற்சியும் எடுக்கவில்லை. இன்றைய உலகில் வறுமை கொடியதாக மாறியுள்ளது, மேலும் நாம் பிரச்சினையை நோக்கி செயலற்ற நிலையில் இருக்கிறோம், எனவே அத்தகைய அணுகுமுறை அதைத் தடுக்கும் சக்தியற்றதாகிவிட்டது.

இவ்வுலகம் படைக்கப்பட்டதிலிருந்து அது எல்லா வகையிலும் சமமற்றதாகவே இருக்கிறது, பணக்காரர்களும் ஏழைகளும், வலிமையானவர்களும் பலவீனர்களும் எப்போதும் ஒன்றாக வாழ்வார்கள். வறுமை மிக அதிகமாகவும்



பரவலாகவும் இருக்கும் அதே வேளையில், உலகில் எத்தனை பணக்காரர்கள் மற்றும் பணக்காரர்கள் கொடுக்கக்கூடிய திறன் கொண்டவர்கள் என்பதை மறந்துவிடக் கூடாது. ஒன்றிணைந்தால் நம் கையில் இருக்கும் சக்தியை நாம் உணர வேண்டிய நேரம் இது.

ஒவ்வொருவரும் ஒரு பயனுள்ள தொண்டு நிறுவனத்திற்கு வழங்கும்போது, நம் நன்கொடையின் அளவு நேரடியாக நாம் உதவக்கூடிய நபர்களின் எண்ணிக்கையுடன் ஒத்திருக்கும். குறிப்பிடத்தக்க மாற்றத்தை ஏற்படுத்த நாம் கோடீஸ்வரராக இருக்க வேண்டியதில்லை. கடலில் உள்ள ஒவ்வொரு துளியும் ஒரு பெரிய நீர்மண்டலத்தை உருவாக்குவதைப் போலவே, சிறிய நன்கொடைகள் கூட ஒரு தனிநபரின் வாழ்க்கைத் தரத்தை கடுமையாக மேம்படுத்தும் திறனைக் கொண்டுள்ளன.

**நமது சமூகத்தில் அறத்தின் முக்கியத்துவம்:**

- வாழ்க்கையை சிறப்பாக்குவதற்கு நாம் பங்களிக்கும் போது நமது சமூகத்திற்கு மிகப்பெரிய பரிசு கிடைக்கும்; நன்கொடைகள் அல்லது தொண்டு ஆகியவற்றின் மூலம் நாம் வாழ்க்கையைத் தொடும்போது, தேவைப்படுபவர்களுக்கு ஒளியைப் பரப்பி, செயல்பாட்டில் நம் ஆன்மாக்களை ஒளிரச் செய்கிறோம்.
- அமெரிக்காவில் கைவிடப்பட்ட, ஏழைக் குழந்தைகள், பெரியவர்கள், அனாதைகள் மற்றும் வீடற்றவர்களின் வாழ்க்கையை மேம்படுத்துவதற்காக அர்ப்பணிக்கப்பட்ட தன்னார்வலர்களால் பணிபுரியும் இலாப நோக்கற்ற, தொண்டு

நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசு சாரா நிறுவனங்கள் மனித துன்பங்களைக் குறைக்க நிதியளிக்கப்பட வேண்டும்.

- அவர்கள் குழந்தைகள் மற்றும் குடும்பங்களுக்கு உடை, உணவு, கல்வி, தங்குமிடம் மற்றும் போதனைகளை வழங்குகிறார்கள். அன்பு, உந்துதல் மற்றும் வாய்ப்புகள் மூலம் அவர்கள் மக்கள் செழிக்க மற்றும் தன்னிறைவு பெற உதவுகிறார்கள், மறுபுறம், முதியவர்களை கண்ணியத்துடனும் உதவியுடனும் ஆதரிக்க நிறுவனங்கள் உள்ளன. இந்த அமைப்புகள் ஆதரவற்றவர்களுக்கு உதவுவதை புனிதமான பணியாக எடுத்துள்ளதால், அவர்களுக்கு நிதி திரட்டி அவர்களின் உன்னத நோக்கத்திற்கு ஆதரவளிப்பது இப்போது நமது கடமையாகும்.

### பெருநிறுவன குடியரிமை

கார்ப்பரேட் குடியரிமை என்றால் என்ன?

கார்ப்பரேட் குடியரிமை என்பது வணிகங்களின் சமூகப் பொறுப்பு மற்றும் பங்குதாரர்களால் நிறுவப்பட்ட சட்ட, நெறிமுறை மற்றும் பொருளாதாரப் பொறுப்புகளை அவர்கள் சந்திக்கும் அளவு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

தனிநபர் மற்றும் நிறுவன முதலீட்டாளர்கள் இருவரும் சமூகப் பொறுப்புள்ள நோக்குநிலைகளைக் கொண்ட நிறுவனங்களைத் தேடத் தொடங்குவதால் பெருநிறுவனக் குடியரிமை அதிகரித்து வருகிறது. சுற்றுச்சூழல், சமூக மற்றும் ஆளுகை (ESG) நடைமுறைகள்.

கார்ப்பரேட் குடியரிமையைப் புரிந்துகொள்வது

கார்ப்பரேட் குடியரிமை என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் சமூகத்திற்கான பொறுப்புகளைக் குறிக்கிறது. அவர்களைச் சுற்றியுள்ள சமூகங்களுக்கு உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் வாழ்க்கைத் தரத்தை உருவாக்குவது மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு இன்னும் லாபத்தை பராமரிப்பதே குறிக்கோள்.

சமூகப் பொறுப்புள்ள நிறுவனங்களுக்கான தேவை தொடர்ந்து வளர்ந்து வருகிறது, முதலீட்டாளர்கள், நுகர்வோர் மற்றும் பணியாளர்கள் தங்கள் மதிப்புகளைப் பகிர்ந்து கொள்ளாத நிறுவனங்களை எதிர்மறையாக பாதிக்கும் வகையில் அவர்களின் தனிப்பட்ட சக்தியைப் பயன்படுத்த ஊக்குவிக்கிறது.

அனைத்து வணிகங்களுக்கும் அடிப்படை நெறிமுறை மற்றும் சட்டப் பொறுப்புகள் உள்ளன; இருப்பினும், மிகவும் வெற்றிகரமான வணிகங்கள் பெருநிறுவன குடியரிமையின் வலுவான அடித்தளத்தை நிறுவுகின்றன, பங்குதாரர்களின் தேவைகள் மற்றும் சுற்றியுள்ள பகுதியில் உள்ள சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலின் தேவைகளுக்கு இடையே ஒரு சமநிலையை உருவாக்குவதன் மூலம் நெறிமுறை நடத்தைக்கான அர்ப்பணிப்பைக் காட்டுகின்றன. இந்த நடைமுறைகள் வாடிக்கையாளர்களைக் கொண்டுவரவும், பிராண்ட் மற்றும் நிறுவனத்தின் விசுவாசத்தை நிலைநாட்டவும் உதவுகின்றன.

2010 ஆம் ஆண்டில், தரநிலைப்படுத்தலுக்கான சர்வதேச அமைப்பு (ISO) நிறுவனங்களின் சமூகப் பொறுப்பை செயல்படுத்த உதவும் தன்னார்வத் தரங்களின் தொகுப்பை வெளியிட்டது.

பெருநிறுவன குடியரிமையை உருவாக்கும் செயல்பாட்டின் போது நிறுவனங்கள் வெவ்வேறு நிலைகளைக் கடந்து செல்கின்றன. நிறுவனங்கள் சமூக நடவடிக்கைகளுக்கு ஆதரவளிக்கும் போது அவர்களின் திறன் மற்றும் நம்பகத்தன்மை, சமூகத்தின் தேவைகள் பற்றிய வலுவான புரிதல் மற்றும் குடியரிமையை இணைப்பதற்கான அவர்களின் அர்ப்பணிப்பு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பெருநிறுவன குடியரிமையின் உயர் நிலைகளுக்கு உயர்கிறது. அவர்களின் நிறுவனத்தின் கலாச்சாரம் மற்றும் அமைப்பு.

### **கார்ப்பரேட் குடியரிமையின் வளர்ச்சி**

கார்ப்பரேட் குடியரிமையின் ஐந்து நிலைகள் பின்வருமாறு வரையறுக்கப்படுகின்றன:

1. தொடக்கநிலை
2. நிச்சயதார்த்தம்
3. புதுமையானது
4. ஒருங்கிணைக்கப்பட்டது
5. மாற்றும்

ஆரம்ப கட்டத்தில், ஒரு நிறுவனத்தின் குடியரிமை நடவடிக்கைகள் அடிப்படை மற்றும் வரையறுக்கப்படாதவை, ஏனெனில் கார்ப்பரேட் விழிப்புணர்வு குறைவாக உள்ளது மற்றும் மூத்த நிர்வாக ஈடுபாடு இல்லாதது. சிறு தொழில்கள்,

குறிப்பாக, இந்த கட்டத்தில் நீடிக்கின்றன. அவர்கள் நிலையான சுகாதாரம், பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் சட்டங்களுக்கு இணங்க முடியும், ஆனால் அதிக சமூக ஈடுபாட்டை முழுமையாக உருவாக்க அவர்களுக்கு நேரமோ வளமோ இல்லை.

நிச்சயதார்த்த கட்டத்தில், நிறுவனங்கள் பெரும்பாலும் அடிப்படை சட்டங்களுக்கு அடிப்படையான இணக்கத்தை மீறும் நடவடிக்கைகளில் ஊழியர்கள் மற்றும் மேலாளர்களின் ஈடுபாட்டை ஊக்குவிக்கும் கொள்கைகளை உருவாக்கும். பங்குதாரர்களுடனான சந்திப்புகள் மற்றும் ஆலோசனைகள் மற்றும் புதுமையான கார்ப்பரேட் குடியரிமைக் கொள்கைகளை ஊக்குவிக்கும் மன்றங்கள் மற்றும் பிற விற்பனை நிலையங்களில் பங்கேற்பதன் மூலம், புதுமையான கட்டத்தில் குடியரிமைக் கொள்கைகள் மிகவும் விரிவானதாகிறது.

ஒருங்கிணைந்த நிலையில், குடியரிமை நடவடிக்கைகள் முறைப்படுத்தப்பட்டு, நிறுவனத்தின் வழக்கமான செயல்பாடுகளுடன் திரவமாக கலக்கின்றன. சமூக நடவடிக்கைகளில் செயல்திறன் கண்காணிக்கப்படுகிறது, மேலும் இந்த நடவடிக்கைகள் வணிகத்தின் வரிகளுக்குள் இயக்கப்படுகின்றன.

நிறுவனங்கள் மாற்றும் கட்டத்தை அடைந்தவுடன், பெருநிறுவன குடியரிமை எரிபொருளில் ஒரு மூலோபாய பங்கை வகிக்கிறது என்பதை அவர்கள் புரிந்துகொள்கிறார்கள். விற்பனை வளர்ச்சி மற்றும் புதிய

சந்தைகளுக்கு விரிவாக்கம். இந்த கட்டத்தில் ஒரு நிறுவனத்தின் தினசரி நடவடிக்கைகளில் பொருளாதார மற்றும் சமூக ஈடுபாடு ஒரு வழக்கமான பகுதியாகும்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR)

கூட்டாண்மை சமூக பொறுப்பு(CSR) என்பது நிறுவனம் மற்றும் தொழில்துறையைப் பொறுத்து பல்வேறு வடிவங்களை எடுக்கக்கூடிய பெருநிறுவன குடியரிமையின் ஒரு பரந்த கருத்தாகும். CSR திட்டங்கள், பரோபகாரம் மற்றும் தன்னார்வ முயற்சிகள் மூலம், வணிகங்கள் தங்கள் சொந்த பிராண்டுகளை உயர்த்துவதன் மூலம் சமூகத்திற்கு பயனளிக்க முடியும்.

சமூகத்திற்கு CSR எவ்வளவு முக்கியமோ, அது ஒரு நிறுவனத்திற்கும் சமமான மதிப்பு வாய்ந்தது. CSR நடவடிக்கைகள் ஊழியர்களிடையே வலுவான பிணைப்பை உருவாக்க உதவும்

மற்றும் பெருநிறுவனங்கள்; அவர்கள் மன உறுதியை அதிகரிக்க முடியும் மற்றும் ஊழியர்கள் மற்றும் முதலாளிகள் இருவரும் தங்களைச் சுற்றியுள்ள உலகத்துடன் மேலும் இணைந்திருப்பதை உணர உதவ முடியும்.

ஒரு நிறுவனம் சமூகப் பொறுப்புடன் இருக்க, அது முதலில் தனக்கும் தனக்கும் பொறுப்பாக இருக்க வேண்டும்பங்குதாரர்கள்.பெரும்பாலும், CSR திட்டங்களைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்கள், சமூகத்திற்குத் திரும்பக் கொடுக்கும் அளவிற்கு தங்கள் வணிகத்தை வளர்த்துள்ளன. எனவே, CSR முதன்மையாக பெரிய நிறுவனங்களின் உத்தியாகும். மேலும்,

மிகவும் புலப்படும் மற்றும் வெற்றிகரமான ஒருநிறுவனம் அதன் சகாக்கள், போட்டி மற்றும் தொழில்துறைக்கான நெறிமுறை நடத்தை தரங்களை அமைக்க அதிக பொறுப்பு உள்ளது.

**உதாரணமாக ஸ்டார்பக்ஸ்**

1992 இல் அதன் ஆரம்ப பொது வழங்கல் (ஐபிஓ) முன் நீண்ட காலம், ஸ்டார்பக்ஸ்பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புணர்வு மற்றும் நிலைத்தன்மை மற்றும் சமூக நலனுக்கான அர்ப்பணிப்பு ஆகியவற்றிற்காக அறியப்பட்டது. ஸ்டார்பக்ஸ் கார்ப்பரேட் குடியுரிமை மைல்கற்களை எட்டியுள்ளது:

- 99% நெறிமுறை சார்ந்த காபியை அடைகிறது
- உலகளாவிய விவசாயிகளின் வலையமைப்பை உருவாக்குதல்
- அதன் கடைகள் முழுவதும் முன்னோடி பசுமை கட்டிடம்
- மில்லியன் கணக்கான மணிநேர சமூக சேவையில் பங்களிக்கிறது
- அடித்தளத்தை உடைக்கும் கல்லூரி திட்டத்தை

**உருவாக்குதல் அதன்பங்குதாரர்/ஊழியர்கள்**

ஸ்டார்பக்ஸ் இலக்குகளில் 75 நாடுகளில் 10,000 அகதிகளை பணியமர்த்துதல், அதன் கோப்பைகளின் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்பைக் குறைத்தல் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தலைமைத்துவத்தில் அதன் ஊழியர்களை ஈடுபடுத்துதல் ஆகியவை அடங்கும்.

**கார்ப்பரேட் பரோபகாரம்**

**கார்ப்பரேட் பரோபகாரம் என்றால் என்ன?**

கார்ப்பரேட் பரோபகாரம் என்பது சமூகத்தில் தங்கள் தாக்கத்தை நிர்வகிக்க நிறுவனங்கள் தானாக முன்வந்து

தொடங்கும் செயல்பாடுகளைக் குறிக்கிறது. பொதுவாக, பெருநிறுவன பரோபகார நடவடிக்கைகளில் பண முதலீடுகள், பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் நன்கொடைகள், நன்கொடைகள், பணியாளர் தன்னார்வத் திட்டங்கள் மற்றும் பிற வணிகங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

ஒரு சமூக காரணத்தை ஆதரிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்ட ஏற்பாடுகள். சில நிறுவனங்கள் கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டங்களைத் தாங்களாகவே முன்னெடுத்துச் செயல்படுத்தும் போது, மற்றவை உள்ளூர் சமூக அமைப்புகள், இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்கள் அல்லது சமூகத்தை மேம்படுத்தும் நோக்கத்தில் உள்ள பிற சமூக முயற்சிகளை மேம்படுத்துவதில் கவனம் செலுத்தலாம்.

கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களிடம் இருந்து ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிலான பொறுப்புணர்வையும் வெளிப்படைத்தன்மையையும் தற்போது நுகர்வோர் எதிர்பார்ப்பதால், கார்ப்பரேட் பரோபகாரம் சமீபத்திய ஆண்டுகளில் மிகவும் பிரபலமாகி வருகிறது. சமூக ஊடகங்கள் வழியாக நுகர்வோர் மற்றும் வணிகங்களுக்கு இடையே அதிக அளவிலான திறந்த உரையாடல்களுடன், நிறுவனங்கள் தங்கள் குறிப்பிட்ட சமூக விளைவுகளுக்கு அதிக பொறுப்பை ஏற்றுக்கொண்டன, சமூகங்களை மேம்படுத்துவதற்காக தங்கள் நிதி மற்றும் சமூக செல்வாக்கைப் பயன்படுத்துகின்றன. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பிலிருந்து (CSR) கார்ப்பரேட் பரோபகாரம் வேறுபடுகிறது என்பதைக் கவனத்தில்



கொள்ள வேண்டியது அவசியம், இதில் CSR பொதுவாக ஒரு நிறுவனத்தின் உண்மையான நடைமுறைகள் மற்றும் செயல்பாடுகளில் வணிகமாக இணைக்கப்படுகிறது.

நிறுவனங்கள் மேற்கொள்ளும் சில வகையான கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டங்கள் இங்கே:

### **பரிசு பொருத்தம்**

மேட்சிங் கிஃப்ட்ஸ் என்பது ஒரு பிரபலமான கார்ப்பரேட் பரோபகார முயற்சியாகும். பொருந்தக்கூடிய பரிசுத் திட்டங்களில், நிறுவனங்கள் மற்ற பங்குதாரர்கள் செய்யும் அதே அளவு பணத்தை ஒரு இலாப நோக்கற்ற அல்லது சமூக நிறுவனத்திற்கு நன்கொடையாக வழங்குகின்றன. இந்த பங்குதாரர்கள் ஊழியர்கள், நுகர்வோர் அல்லது பொது மக்களாக இருக்கலாம். பொதுவாக, இந்த திட்டங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட போட்டி விகிதத்தில் மற்ற நிறுவனங்களுக்கு பரோபகார நன்மையின் அளவை அதிகரிக்கின்றன.

### **தன்னார்வ உதவிகள்**

தன்னார்வ மானிய திட்டங்களில், நிறுவனங்கள் பொதுவாக இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்களுக்கும், பங்குதாரர்களின் தன்னார்வ மணிநேர பங்களிப்புகளுடன் பொருந்தக்கூடிய சமூக நிறுவனங்களுக்கும் பணத்தை நன்கொடையாக வழங்குகின்றன. பங்குதாரர்கள் தங்கள் தன்னார்வ நேரத்தை நிறைவு செய்த பிறகு பங்களிப்புகளை கணக்கிடுவதற்கு இந்த திட்டங்கள் பொதுவாக ஒரு குறிப்பிட்ட மணிநேரத்திலிருந்து

நன்கொடைக்கான சூத்திரத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன. இந்தத் திட்டங்கள் நிறுவனங்களை நன்கொடை அளிப்பது மட்டுமல்லாமல் மற்ற தரப்பினரின் நன்கொடைகளை ஊக்குவிக்கவும் முடியும்.

**கார்ப்பரேட் பரோபகாரத்தின் நன்மைகள்**

கார்ப்பரேட் பரோபகாரம் பின்வரும் வழிகளில் ஒரு நிறுவனத்திற்கு பயனளிக்கும்:

இது சமூகத்திற்குத் திரும்பக் கொடுக்க நிறுவனத்திற்கு உதவும்.கார்ப்பரேட் பரோபகாரத்துடன் ஈடுபடுவதன் மிக முக்கியமான நன்மை, உள்ளூர் சமூகத்திற்குத் திரும்பக் கொடுக்க முடியும். சமூகத்தை மேம்படுத்த கடினமாக உழைக்கும் சமூக அமைப்புகள் மற்றும் தனிநபர்களை ஆதரிப்பதில் உறுதியாக இருப்பது மிகவும் பலனளிக்கும்.

**பரோபகார திட்டங்கள் ஒரு நிறுவனத்தின் பொது நற்பெயரை மேம்படுத்தும்**

நிறுவனங்கள் பெருநிறுவனத் தொண்டுகளில் ஈடுபடும்போது, தொடர்புடைய சமூகக் காரணங்களை ஆதரிக்கும்போது, சமூகங்களில் முதலீடு செய்யும்போது, குறிப்பாகப் பின்தங்கியவர்களுக்கு, அத்தகைய முயற்சிகள் நிறுவனத்தின் பொது நற்பெயரை கணிசமாக மேம்படுத்தலாம்- நிச்சயதார்த்தம் மற்றும் லாபம் அதிகரிக்க வழிவகுக்கும்.

**பரோபகார முயற்சிகளால் நிறுவனத்தின் விற்பனை அதிகரிக்கும்**

நுகர்வோர், குறிப்பாக இளையவர்கள், தங்கள் சமூக தாக்கத்தை நிர்வகிப்பதற்கான ஆர்வத்துடன் வணிகங்களை ஆதரிப்பதில் அதிக ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். சமூகப் பொறுப்புணர்வு, தாராள மனப்பான்மை மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மை ஆகியவற்றில் ஈடுபடுவது விற்பனையை அதிகரிக்க உதவும்.

**வாடிக்கையாளர்கள் நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகளுக்கு அதிக விசுவாசமாக இருக்கலாம்**

கார்ப்பரேட் பரோபகாரத்தில் ஈடுபடுவது வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை அதிகரிக்கலாம். சமூகம் சார்ந்த வணிகங்களை ஆதரிப்பதை நோக்கிய சந்தையின் சமீபத்திய திருப்பத்துடன், போட்டியாளர்களால் உருவாக்கப்பட்டதை விட அதிகமான விலை இருந்தாலும், நேர்மறையான சமூக முன்முயற்சிகளை ஆதரிக்கும் நிறுவனங்களின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை நுகர்வோர் நாடுவது பொதுவானதாகிவிட்டது.

**சமூகங்களை இணைப்பதன் மூலம் நிறுவனத்தின் கலாச்சாரத்தை மேம்படுத்த முடியும்**

நிறுவனங்கள் தெளிவான சமூகப் பணியை நிறுவும் போது, அவர்களின் சமூகங்களுடன் இணைந்தால் மற்றும் அவற்றின் தாக்கங்களை விரிவுபடுத்தும் போது, ஊழியர்கள் அதிக ஈடுபாடு கொண்டவர்களாக உணரலாம்.

போன்ற நிறுவனங்களுக்காக வேலை செய்கிறார்கள். கூடுதலாக, இந்த வகையான ஈடுபாடு ஊழியர்களின் திருப்தியை அதிகரிக்கவும், விற்றுமுதல் குறைக்கவும் மற்றும் உற்பத்தித்திறனை அதிகரிக்கவும் வழிவகுக்கும்.

**பரோபகார நிறுவனங்கள் திறமையான வேட்பாளர்களை ஈர்க்கக்கூடும்**

ஒரு நிறுவனம் அதன் தொண்டு முயற்சிகள் மற்றும் நேர்மறையான கலாச்சாரத்திற்காக ஒரு தொழில்துறையில் அங்கீகரிக்கப்பட்டால், பதவிகள் திறக்கப்படும்போது திறமையான வேட்பாளர்களின் ஒரு பெரிய குழுவை ஈர்க்கலாம். ஏனென்றால், உயர் தகுதி வாய்ந்த வேட்பாளர்கள் பொதுவாக வலுவான நற்பெயர்கள் மற்றும் வெளிப்படுத்தப்பட்ட மதிப்புகள் கொண்ட நிறுவனங்களின் ஒரு பகுதியாக மாற விரும்புகிறார்கள்.

**கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டத்தை எவ்வாறு உருவாக்குவது**  
நிறுவனத்தின் தொழில், அளவு, பணி, முதலீட்டுத் திறன்கள் மற்றும் இடம் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டத்தை உருவாக்குவதற்கான சரியான படிகள் வேறுபடலாம். இந்த சூழ்நிலை காரணிகளைப் பொருட்படுத்தாமல், சமூக முன்முயற்சிகளுக்கு ஆதரவளிப்பதற்கும் நிறுவனத்தின் உள்ளூர் சமூகத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் ஒரு வலுவான கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டத்தை உருவாக்குவதற்கு சில அத்தியாவசிய நடவடிக்கைகளை எடுக்கலாம்.

**கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டத்தை உருவாக்க, பின்பற்ற வேண்டிய ஆறு படிகள் இங்கே:**

**1. திட்டத்தை வழிநடத்த குழு உறுப்பினரைக் கண்டறியவும்**  
கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டத்தை உருவாக்குவதற்கான முதல் படி, திட்டத்திற்கு தலைமை தாங்க ஒரு குழு உறுப்பினரை நியமிப்பதாகும். முன்முயற்சியின் தலைவராக பணியாற்றக்கூடிய ஒரு குழு உறுப்பினரைக் கண்டறிவது மற்றும் திட்டத்தை வெற்றிகரமாகச் செய்வதற்குத் தேவையான அனைத்து தினசரி செயல்பாட்டு விவரங்களையும் கையாள்வது முக்கியம். சமூக முன்னேற்றத்தில் குறிப்பாக ஆர்வமுள்ள ஒரு குழு உறுப்பினரை நியமிப்பது அல்லது பரோபகாரம், நிதி திரட்டுதல், செயல்பாடு அல்லது பிற தொடர்புடைய துறைகளில் பின்னணி உள்ள ஒருவரை நியமிப்பது பயனுள்ளதாக இருக்கும். அத்தகைய தனிநபர் நிறுவனம் அதன் சமூக மற்றும் நிதித் திறன்களை எவ்வாறு மிகவும் திறம்பட பயன்படுத்த முடியும் என்பது பற்றிய தனிப்பட்ட நுண்ணறிவுகளைக் கொண்டிருக்கலாம்.

**2. பரோபகார முறையைத் தேர்ந்தெடுங்கள்**

ஒரு கார்ப்பரேட் பரோபகார திட்டத்தை உருவாக்கும்போது, நிறுவனத்தின் பணியுடன் இணைந்த பாதையை அடையாளம் காண்பது முக்கியம். கூடுதலாக, கருத்தில்

நிறுவனத்தின் வளங்கள், நிதி ரீதியாகவும் செயல்பாட்டு ரீதியாகவும் சாத்தியமான ஒரு முறையைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் குழு கவனமாக இருக்க வேண்டும். அத்தகைய திறன்களைக் கருத்தில் கொண்டு ஒரு திட்டத்தை உருவாக்குவது, நிரலின் பொருத்தத்தையும் தாக்கத்தையும் திறம்பட அதிகரிக்க முடியும். எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் நிறுவனம் கலை மற்றும் அலுவலகப் பொருட்களைத் தயாரித்தால், பின்தங்கிய குழந்தைகளுக்கு கலைக் கல்வியை வழங்கும் சமூக நிறுவனங்களுக்கு இந்தப் பொருட்களை வழங்குவதை நீங்கள் பரிசீலிக்கலாம். இந்த முன்முயற்சியானது, அத்தகைய பொருட்களுக்கான சிறப்பு அணுகலைக் கொண்டு, நிறுவனத்தின் திறன்களுடன் நன்கு ஒத்துப்போகும்.

### 3. திட்டத்திற்கான நிதியைக் கண்டறிந்து ஒதுக்குங்கள்

பரோபகார முறையைத் தேர்ந்தெடுத்து, குழுத் தலைவரை நியமித்த பிறகு, திட்டத்திற்கான நிதியைக் கண்டறிவதற்கும், அத்தகைய நிதிகளுக்கு நியமிக்கப்பட்ட கணக்கை நிறுவுவதற்கும் நீங்கள் பணியாற்ற வேண்டும். இது மிகவும் முக்கியமானது, ஏனெனில் சரியான நிதி ஆதரவு இல்லாமல் எந்தவொரு பெருநிறுவன பரோபகார முயற்சியும் வெற்றியடையாது. இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்களுக்கு பொருட்களை நன்கொடையாக வழங்கினாலும் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தின் சமூகத்தில் பணத்தை முதலீடு செய்வதாக இருந்தாலும், குறிப்பிடத்தக்க அளவிலான நிதியை அணுகுவது

அவசியம். எனவே, அத்தகைய நிதிகள் கார்ப்பரேட் கட்டமைப்பிற்குள் இயல்பாகக் கிடைக்கவில்லை என்றால், நிதி திரட்டலை நடத்துவது அல்லது நிதியை மிகவும் திறம்பட நிர்வகிக்க நிறுவனத்தை அனுமதிக்கும் திட்டத்தை வடிவமைப்பது பற்றி நீங்கள் பரிசீலிக்கலாம்.

#### 4. செயல்படுத்துவதற்கான ஒரு விரிவான திட்டத்தை வரையவும்

நிதியைப் பாதுகாத்து, பரோபகாரத்திற்கான ஒரு முறை தேர்வு செய்யப்பட்டு, குழுத் தலைவரை நியமிப்பதன் மூலம், நீங்கள் கார்ப்பரேட் பரோபகாரத் திட்டத்தைச் செயல்படுத்துவதற்கான விரிவான திட்டத்தை உருவாக்கத் தொடங்கலாம். இந்தச் செயல்முறை பொதுவாக நிறுவனத்தின் வழங்கும் திட்டத்தின் அளவுருக்களை நிறுவுவதை உள்ளடக்குகிறது, அத்தகைய முயற்சிகளை நீங்கள் நிர்வகிக்க எந்த வகையான பணியாளர்கள் தேவைப்படலாம் மற்றும் நிதி அல்லது நன்கொடைக்கான விண்ணப்பங்கள் உங்களுக்குத் தேவையா. திட்டத்தைத் தொடங்குவதற்கு முன் இந்தத் திட்டத்தை முடிக்க வேண்டும், ஆனால் திட்டத்தை செயல்படுத்துவதில் அதிக அனுபவத்தைப் பெறும்போது உங்கள் திட்டத்தில் சிறிய மேம்பாடுகளையும் மாற்றங்களையும் செய்யலாம் என்பதை நினைவில் கொள்வது உதவியாக இருக்கும்.

## 5. கொடுப்பதை ஊக்குவிக்க மார்க்கெட்டிங் திட்டத்தை உருவாக்கவும்

திட்டத்தை செயல்படுத்துவதற்கான திட்டத்தை நீங்கள் வரைந்தவுடன், நிறுவனத்தின் பரோபகாரத்தை ஊக்குவிக்க மார்க்கெட்டிங் திட்டத்தை உருவாக்குவது பற்றி நீங்கள் பரிசீலிக்க வேண்டும்.

இந்த திட்டம் என்ன என்பதை பொது மக்கள் புரிந்து கொள்வதை உறுதிசெய்ய இது உதவும். ஒரு பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் திட்டம் சமூக நிறுவனங்களை ஈர்க்கவும், ஆதரவிற்கு விண்ணப்பிக்க அவர்களை ஊக்குவிக்கவும், அதே நேரத்தில் நிறுவனம் அதன் சமூக தாக்கத்தை நிர்வகிப்பதற்கான முயற்சியை மேற்கொள்வதை வெளிப்புற பங்குதாரர்களுக்கு காட்டவும் முடியும்.

## 6. நிரல் அளவீடுகளைக் கண்காணித்து அவற்றைத் தொடர்ந்து மதிப்பாய்வு செய்யவும்

மேலே உள்ள படிகளை நீங்கள் முடித்தவுடன், நிரலைத் தொடங்குவதற்கு நீங்கள் உறுதியளிக்கலாம். இங்கிருந்து, நிரலின் தலைவர், நிரலின் தாக்கங்களை அளவிடும் அளவீடுகளைக் கண்காணிப்பதற்கான ஒரு அமைப்பை உருவாக்க வேண்டும். இந்தத் தரவைச் சேகரிப்பது, நிரல் தொடர்ந்து கொண்டிருக்கும் தாக்கத்தின் அளவை மதிப்பாய்வு செய்யவும், ஒட்டுமொத்த தாக்கத்தை திறம்பட அதிகரிக்க தேவையான மாற்றங்களைச் செய்யவும் உங்களை



அனுமதிக்கிறது.

CSR என்பது சமூகத்திற்கு மதிப்பைக் கொண்டு வருவது மற்றும் நேர்மறையான தாக்கத்தை உருவாக்குவது ஆகியவை அடங்கும். கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) என்பது ஒரு நிறுவனம் சமூகத்தில் நேர்மறையான பங்கை வகிக்க வேண்டும் மற்றும் வணிக முடிவுகளின் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக தாக்கத்தை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

பெண்கள் உரிமைகள், சுற்றுச்சூழலைப் பாதுகாத்தல் அல்லது உள்ளூர், தேசிய அல்லது உலக அளவில் வறுமையை ஒழிக்க முயற்சித்தாலும், நிறுவனங்கள் சமூகப் பொறுப்பில் அதிக கவனம் செலுத்துகின்றன. ஒளியியல் கண்ணோட்டத்தில், சமூகப் பொறுப்புள்ள நிறுவனங்கள் நுகர்வோர் மற்றும் பங்குதாரர்கள் இருவருக்கும் மிகவும் கவர்ச்சிகரமான படங்களை வழங்குகின்றன, இது அவர்களின் அடிமட்டத்தை சாதகமாக பாதிக்க உதவுகிறது.

ஒரு நிறுவனத்தின் பிராண்ட் உணர்வில் CSR முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது; வாடிக்கையாளர்கள், ஊழியர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்களுக்கு ஈர்ப்பு; திறமை தக்கவைத்தல்; மற்றும் ஒட்டுமொத்த வணிக வெற்றி.

## யூனிட் II

பிரிவின் கீழ் CSR கொள்கையை செயல்படுத்துதல். 135

நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013:CSR கொள்கை - CSR குழுவின்

அமைப்பு மற்றும் அதன் அமைப்பு - CSR அமைப்பு - CSR

வடிவமைப்பு - CSR பட்ஜெட் - CSR செயல்படுத்த- CSR

செயல்முறை- CSR நடவடிக்கைகள் - CSR இன் நிறுவனங்கள்

சட்டம், 2013 - CSR குழு: CSR கொள்கை - CSR செலவு- CSR

நடவடிக்கைகள் - CSR தொடர்பான வாரியப் பொறுப்புகள்,

இந்தியாவில் CSR இணக்கத்திற்கான ஒழுங்குமுறைத் தேவை-

அவ்வப்போது அமைச்சகத்தால் வெளியிடப்படும்

வழிகாட்டுதல்கள் மற்றும் அறிவிப்புகள் - பிரிவு 135 க்கு

இணங்காததற்கு அபராதம்.

## CSR கொள்கை

### CSR கொள்கையின் பொருள்:

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புணர்வு (CSR) என்பது, வணிகத்தின் திறமையான செயல்பாட்டிற்குத் தேவையான பல்வேறு வடிவங்களில் வளங்களை பங்களிப்பதன் மூலம், சொசைட்டியால் செய்யப்பட்ட கடமைகளை கார்ப்பரேட்கள் திருப்பிச் செலுத்துவதற்கான வழி மற்றும் வழிமுறையாகும். கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு நிலைத்தன்மையின் கொள்கைகளுடன் வலுவாக இணைக்கப்பட்டுள்ளது. நிதி அல்லது செயல்பாட்டுக் காரணிகளின் அடிப்படையில் மட்டுமல்லாமல், சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் விளைவுகளின் அடிப்படையிலும் நிறுவனம் முடிவுகளை எடுக்க வேண்டும். எனவே, அதன் பங்குதாரர்களின் நலன்களைப் பூர்த்தி செய்யும் அதே வேளையில், சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பொறுப்பான வழியில் வளர அதன் உறுதிப்பாட்டின் மூலம் அதன் பெருநிறுவன மதிப்புகளை நடைமுறைப்படுத்துவது நிறுவனங்களின் முக்கிய கார்ப்பரேட் பொறுப்பாகும்.

CSR கொள்கையானது, CSR திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள் அல்லது செயல்பாடுகளில் இருந்து எழும் உபரியானது ஒரு நிறுவனத்தின் வணிக லாபத்தின் ஒரு பகுதியாக இருக்காது. இந்தியாவில் மேற்கொள்ளப்படும் CSR திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள் அல்லது நடவடிக்கைகள் மட்டுமே CSR

செலவினங்களாக இருக்கும்.

### குறிக்கோள் மற்றும் நோக்கம்

இந்தக் கொள்கையின் முக்கிய நோக்கம்:

- நிறுவனம் ஈடுபடும் வளர்ச்சிப் பகுதிகளை கோடிட்டுக் காட்டுங்கள்.
- நிறுவனத்திற்குள் CSR நிர்வாகத்திற்கான நிர்வாக கட்டமைப்பை வரையறுக்கவும்.
- CSR திட்டங்களை அடையாளம் காணவும், செயல்படுத்தவும் மற்றும் கண்காணிக்கவும் உதவும் ஒரு வழிகாட்டி ஆவணமாக பணியாற்றுங்கள்.
- CSR நடவடிக்கைகளின் உபரிகளின் சிகிச்சையை விவரிக்கவும்.
- CSR கமிட்டியின் பரிந்துரைகளை கணக்கில் கொண்டு, நிறுவனத்தின் வாரியம் வழங்கிய அணுகுமுறை மற்றும் வழிகாட்டுதலை வரையறுக்கவும்
- தேர்வு, செயல்படுத்தல் மற்றும் செயல்பாடுகளை கண்காணிப்பதற்கான வழிகாட்டும் கொள்கைகளை வழங்கவும்
- பொருந்தக்கூடிய விதிகளின்படி ஒவ்வொரு ஆண்டும் ஒரு வருடாந்திர செயல் திட்டத்தை உருவாக்கவும்.

### CSIR குழுவின் அமைப்பு மற்றும் அதன் அமைப்பு

CSR கமிட்டியில் 3 அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்கள் இருக்க வேண்டும், அதில் குறைந்தது 1 இயக்குனராவது ஒரு சுயாதீன இயக்குனராக இருக்க வேண்டும். ஒரு பட்டியலிடப்படாத பொது நிறுவனம் அல்லது ஒரு தனியார் நிறுவனம் ஒரு சுயாதீன இயக்குனர் தேவைப்படாவிட்டால், எந்தவொரு சுயாதீன இயக்குனர் இல்லாமல் அதன் CSR குழுவைக் கொண்டிருக்கும்.

**CSR கமிட்டியின் அமைப்பு என்ன?**

பல்வேறு வகை நிறுவனங்களுக்கான CSR குழுவின் அமைப்பு பின்வருமாறு மாறுபடுகிறது:

**பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்கள்:** மூன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்கள், அவர்களில் குறைந்தபட்சம் ஒருவர் சுயாதீன இயக்குனராக இருக்க வேண்டும்.

**பட்டியலிடப்படாத பொது நிறுவனங்கள்:** மூன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்கள், அவர்களில் குறைந்தபட்சம் ஒருவர் சுயாதீன இயக்குனராக இருக்க வேண்டும். இருப்பினும், நிறுவனத்தில் ஒரு சுயாதீன இயக்குனரை வைத்திருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை என்றால், இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்கள்.

**தனியார் நிறுவனங்கள்:** இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குனர்கள். பிரிவு 135(1) இன் கீழ் விதியில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி சுயாதீன இயக்குநர்கள் தேவையில்லை.

**வெளிநாட்டு நிறுவனம்:**

அதில் குறைந்தது இரண்டு நபர்கள்:

ஒன்று சட்டத்தின் பிரிவு 380 இன் உட்பிரிவு (1) இன்

உட்பிரிவு (d) இன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது, மற்றும்

மற்றொன்று வெளிநாட்டு நிறுவனத்தால்

பரிந்துரைக்கப்படும். (நிறுவனங்களின் விதி 5(1)ஐப்

பார்க்கவும் (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014)

மேலும், CSR இல் ஒரு நிறுவனம் செலவிட வேண்டிய

தொகை 50 லட்சத்தை தாண்டாத சந்தர்ப்பங்களில், அரசியலமைப்பின் தேவை CSR கமிட்டி கட்டாயமில்லை. CSR கமிட்டியின் செயல்பாடுகள், அத்தகைய சந்தர்ப்பங்களில், நிறுவனத்தின் இயக்குநர்கள் குழுவால் விடுவிக்கப்படலாம்.

**CSR கமிட்டியின் பணிகள் என்ன?**

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் குழு

- (i) CSR கொள்கையை உருவாக்கி வாரியத்திற்கு பரிந்துரைக்கவும்
- (ii) CSR நடவடிக்கைகளுக்கு செலவழிக்க வேண்டிய தொகையை பரிந்துரைக்கவும்
- (iii) நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையை அவ்வப்போது கண்காணிக்கவும்
- (iv) வாரியத்தின் CSR கொள்கையின்படி வருடாந்திர செயல்திட்டத்தை உருவாக்கி பரிந்துரைக்கவும், அதில் நிறுவனங்கள் (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014 இன் விதி 5(2) இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள உருப்படிகள் அடங்கும்.

சட்டத்தின் பிரிவு 135(9) இன் கீழ் உள்ளடக்கப்பட்ட மற்றும் CSR குழுவைக் கொண்டிருக்க வேண்டிய அவசியமில்லாத நிறுவனங்களுக்கு, இந்த செயல்பாடுகள் வாரியத்தால் மேற்கொள்ளப்படும்.

**CSR விதிகள் தொடர்பாக வாரியத்தின் பொறுப்புகள் என்ன?**

CSR என்பது வாரியத்தால் இயக்கப்படும் செயல்முறையாகும். CSR-தகுதியான நிறுவனத்தின் வாரியத்தின் பொறுப்புகளில் பின்வருவன அடங்கும்:

- (i) CSR கொள்கையை அங்கீகரிக்கவும்;
- (ii) அத்தகைய கொள்கையின் உள்ளடக்கங்களை அதன் அறிக்கையில் வெளிப்படுத்தவும் மற்றும் ஏதேனும் இருந்தால் நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் வைக்கவும்;

(iii) CSR கொள்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகள் நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படுவதை உறுதி செய்தல்;

(iv) ஒவ்வொரு நிதியாண்டிலும், உடனடியாக முந்தைய மூன்று நிதியாண்டுகளில் நிறுவனத்தின் சராசரி நிகர லாபத்தில் குறைந்தது இரண்டு சதவீதத்தை நிறுவனம் செலவிடுவதை உறுதி செய்தல்;

(v) வழங்கப்பட்ட CSR நிதியின் பயன்பாடு குறித்து தன்னைத் திருப்திப்படுத்திக்கொள்; மற்றும்

(vi) நிறுவனத்தின் சராசரி நிகர லாபத்தில் குறைந்தபட்சம் இரண்டு சதவீதத்தை நிறுவனம் செலவழிக்கத் தவறினால், வாரியம், அந்தத் தொகையைச் செலவழிக்காததற்கான காரணங்களைக் குறிப்பிட்டு, செலவழிக்கப்படாத CSR தொகையை 'செலவு செய்யாத' தனிக் கணக்கிற்கு மாற்ற வேண்டும். CSR தொகை'.

(b) CSR நடவடிக்கைகளுக்கு செலவழிக்க வேண்டிய தொகையை பரிந்துரைக்கிறது.

(c) நிறுவனத்தின் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கையை அவ்வப்போது கண்காணித்தல்.

d) மேலும், CSR கமிட்டியானது CSR திட்டங்கள் அல்லது நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் திட்டங்கள் அல்லது செயல்பாடுகளை செயல்படுத்த ஒரு வெளிப்படையான கண்காணிப்பு பொறிமுறையை நிறுவ வேண்டும் என்று விதிகள் வழங்குகின்றன.

CSR கமிட்டி குழுவிற்கு உருவாக்கி பரிந்துரைக்கும், இது மேற்கொள்ளப்பட வேண்டிய செயல்பாடுகளைக் குறிக்கும் (CSR கொள்கை); குறிப்பிடப்பட்ட நடவடிக்கைகளுக்கு செலவழிக்கப்பட வேண்டிய தொகையை பரிந்துரைக்கவும் மற்றும் நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையை கண்காணிக்கவும். CSR கமிட்டியின் பரிந்துரைகளை வாரியம் கணக்கில் எடுத்து, நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையை அங்கீகரிக்கும்.

(சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) விதிகள் 2014, ஒரு நிறுவனம் அதன் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடிவு செய்யலாம் என்று கூறுகிறது;

1. பிரிவு 8 கம்பனியர் பதிவுசெய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை/பதிவுசெய்யப்பட்ட சங்கம்-

நிறுவனத்தால் தனியாகவோ அல்லது கூட்டாகவோ நிறுவப்பட்டது.

2. பிரிவு 8 நிறுவனம் அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை/பதிவுசெய்யப்பட்ட சமூகம் - மத்திய அரசு / மாநில அரசு அல்லது பாராளுமன்றச் சட்டத்தின் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனத்தால் நிறுவப்பட்டது.

3. அந்தந்த நிறுவனங்களின் CSR கமிட்டி அந்தத் திட்டங்கள் குறித்து தனித்தனியாக அறிக்கையிடும் வகையில் நிறுவனம் மற்ற நிறுவனங்களுடன் CSR செயல்பாட்டிற்காக ஒத்துழைக்கலாம்.

CSR செயல்பாட்டிற்கு நாங்கள் ஒத்துழைக்கும் மற்ற



நிறுவனங்கள் பிரிவு 135 இன் படி CSR க்கு தகுதி பெற்ற நிறுவனமாக இருக்க வேண்டும்.

4. நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் செயல்பாடு, அட்டவணை VII இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது.

5. இந்தியாவில் மேற்கொள்ளப்படும் CSR திட்டங்கள்/நிரல்கள்/ நடவடிக்கைகள், CSR செயல்பாடு மட்டுமே.

**CSR வடிவமைப்பு**

**(CSR) திட்ட வடிவமைப்பு மற்றும் செயல்படுத்தல்**

சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு மற்றும் நிலைத்தன்மை, தொழிலாளர் மற்றும் மனித உரிமைகள், பன்முகத்தன்மை மற்றும் உள்ளடக்கம் உள்ளிட்ட பகுதிகளில் மிகவும் பரந்த அளவிலான கடமைகளை உள்ளடக்கியதாக நவீன CSR ஆனது டோக்கனிஸ்டிக் கார்ப்பரேட் பரோபகாரத்திற்கு அப்பால் உருவாகியுள்ளது. பெருகிய முறையில் சட்டப்பூர்வமாக கட்டாயப்படுத்தப்பட்ட தேவை, சர்வதேச மற்றும் தேசிய நிறுவனங்கள் இந்த பகுதிகளில் முதலீடு செய்வதன் மதிப்பை பெருகிய முறையில் பார்க்கின்றன, நெறிமுறை மற்றும் தார்மீகக் கடமைகள் மற்றும் முதலீட்டின் சமூக வருமானம் மற்றும் சமூகத்தின் 'வாங்குதல்' ஆகியவற்றால் உருவாக்கப்படலாம். நன்கு வடிவமைக்கப்பட்ட CSR நடவடிக்கைகள் வளரும் பொருளாதாரங்களில் இயங்கும் நிறுவனங்கள் பெரும்பாலும் நீண்ட கால சமூக முதலீட்டு

திட்டங்களை வடிவமைத்து வழங்குவதில் தொழில்முறை சேவைகளை நாடுகின்றன, அது அவர்களின் ஊழியர்கள் மற்றும்/அல்லது அவர்களின் செயல்பாடுகளால் பாதிக்கப்படும் சமூகங்களுடன் நேரடியாக வேலை செய்யலாம்.

திட்டத்தின் தொடக்கத்தில், திட்ட வடிவமைப்பிற்குள்ளேயே வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புக்கூறல் அமைப்புகளை ஒருங்கிணைப்பது முக்கியம். இது பங்குதாரர்களிடையே உரிமை மற்றும் பொறுப்புணர்வை வெளிப்படுத்த உதவுகிறது.

#### CSR பட்ஜெட்

CSR வரவுசெலவுத்திட்டம் என்பது CSR நடவடிக்கைகளுக்காக வருடத்தில் செலவழிக்கப்படும் நிறுவனத்தால் நிர்ணயிக்கப்பட்ட மொத்தப் பணமாக வரையறுக்கப்படுகிறது.

நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் கீழ், நிறுவனங்களின் சராசரி நிகர லாபத்தில் 2 சதவீத பங்களிப்பை வழங்குவது கட்டாய விதியாகும். CSR தேவை மற்றும் நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 135 இன் துணைப் பிரிவு 1 இன் படி பொருந்தும்.

**கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை செயல்படுத்துதல்**  
பங்குதாரர்களுக்கு நிறுவனங்களுக்கு "இலாப அதிகரிப்பு"க்கு வெளியே கூடுதல் தேவைகள் உள்ளன.

முந்தைய நிறுவனங்கள் தொழிலாளர் மோதல்கள் மற்றும் அரசாங்கத் துறைகளின் அழுத்தத்தின் கீழ் தங்கள் சமூகப் பொறுப்பை நிறைவேற்றத் தேர்ந்தெடுத்தன. எவ்வாறாயினும், நிறுவனங்களின் முக்கிய நோக்கம் எப்போதுமே லாபம் மற்றும்

பங்குதாரர்களின் நலன்களை அதிகரிப்பது என்பதால், சமூகப் பொறுப்பை நிறைவேற்றுவது பொருளாதார நன்மைகளை அதிகரிப்பதாகும் என்று ஆரம்பகால அறிஞர்கள் நம்பினர். இல்லையெனில், சமூகப் பொறுப்புகளை நிறைவேற்ற நிறுவனங்கள் கடமைப்பட்டிருக்காது என்பதை அவர்கள் ஒப்புக்கொண்டனர்.

நிறுவனங்கள் சமூக மற்றும் பொருளாதார அமைப்புகளாகும். இதன் காரணமாக, ஒரு நிறுவனத்தை "லாபம் ஈட்டும் பொருளாதார அமைப்பு" மற்றும் "பங்குதாரர்களின் துணை நிறுவனம்" என்று வரையறுப்பது தீங்கு விளைவிக்கும், ஏனெனில் நிறுவனங்கள் "இலாபத்தை அதிகரிப்பதை" தங்கள் ஒரே குறிக்கோளாகக் கருதும் மற்றும் சமூக அமைப்புகளாக தங்கள் பொறுப்புகளை புறக்கணிக்கும்.

படிஆர். எட்வர்ட் ஃப்ரீமேனின் பங்குதாரர் கோட்பாடுநிறுவனங்கள் பலவற்றுடன் தொடர்ச்சியான ஒப்பந்த உறவுகளைக் கொண்டுள்ளனபங்குதாரர்கள். பங்குதாரர்கள் உள் மற்றும் வெளி நிறுவனங்களில் உள்ளனர் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள், மேலாளர்கள், பணியாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள், அரசு துறைகள், சமூகங்கள் மற்றும் பலவற்றை உள்ளடக்கியது. அவர்கள் நிறுவனங்களில் நேரடி மற்றும் மறைமுக முதலீடுகளைச் செய்து, அதனால் ஏற்படும் அபாயங்களைக் கருதுகின்றனர். எனவே, சமூகத்தின் நிலையான வளர்ச்சியை உறுதி செய்வதற்காக, நிறுவனங்கள்

சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து பங்குதாரர்களுக்கும் பொறுப்பாக இருக்க வேண்டும். இல்லை வெறும் பங்குதாரர்கள்.

நிறுவனங்கள் CSR கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளத் தள்ளப்படுகின்றன

CSR ஐ புறக்கணித்து லாபத்தை அதிகரிக்க மட்டுமே இருக்கும் நிறுவனங்கள் சமூகத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும். அதிர்ஷ்டவசமாக, தகவல் பரப்புதலின் அதிகரித்துவரும் செயல்திறன் அத்தகைய நிறுவனங்களை அம்பலப்படுத்துகிறது. எதிர்மறையான சமூக நிகழ்வு ஏற்பட்டவுடன், தவறு செய்யும் நிறுவனம்/பிராண்டு பல ஆண்டுகளாக நிறுவப்பட்ட அவர்களின் பிம்பமும் மதிப்பும் ஒரேயடியாக கடுமையாக சேதமடையும்.

நிறுவனங்களின் நிலையான வளர்ச்சியை சமூகத்திலிருந்து பிரிக்க முடியாது. எனவே, நிறுவனங்கள் CSR கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். இன்று, பெருநிறுவன நிகழ்ச்சி நிரல் நிலைத்தன்மையின் கருத்தாக்கத்தால் பெருகிய முறையில் பாதிக்கப்படுகிறது.

திநிலையான வளர்ச்சிக்கான உலக வணிக கவுன்சில் (WBCSD)வ்லியுறுத்தப்பட்டது:

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது, தொழிலாளிகள் மற்றும் அவர்களது குடும்பங்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகம் மற்றும் சமூகத்தின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்தும் அதே வேளையில், நெறிமுறையுடன் நடந்துகொள்வதற்கும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு பங்களிப்பதற்கும் வணிகத்தின் தொடர்ச்சியான அர்ப்பணிப்பாகும்.

எனவே, பல நிறுவனங்கள் நிலையான கார்ப்பரேட் வளர்ச்சியின் முக்கியத்துவத்தைக் கருத்தில் கொள்ளத் தொடங்கியுள்ளன, மேலும் சமூகப் பொறுப்புடன் இருப்பது அவர்களின் நீண்ட கால வளர்ச்சி நலன்களுக்கு ஏற்ப இருப்பதாக நம்புகின்றன.

கரோலின் CSR பிரமிடில்.

துரதிர்ஷ்டவசமாக, CSR ஐ நிறைவேற்றும்போது அதிகரித்த செலவுகள் தவிர்க்க முடியாதவை. பலன்களும் உடனடியாக வராது. பல நிறுவனங்கள் தங்கள் சமூகப் பொறுப்பை நிறைவேற்றுவதற்குப் பயன்படுத்தக்கூடிய வளங்களைத் தீர்மானிப்பதற்கு, செலவு மற்றும் பலன்களுக்கு இடையேயான வர்த்தகம் ஒரு முக்கியமான காரணியாக இருக்கும்.

**CSR இன் நேர்மறையான விளைவுகள்**

CSR ஐ பூர்த்தி செய்வது நிறுவனங்கள் பின்வரும் அம்சங்களில் தங்கள் வணிக செயல்திறனை மேம்படுத்த உதவும்:

- குறிப்பிட்ட சந்தைகளின் வளர்ச்சி.
- தயாரிப்பு வேறுபாடு உத்திகள்.
- மாசு கட்டுப்பாட்டு தொழில்நுட்பத்தின் விற்பனை.
- வெளிப்புற பங்குதாரர்களுடனான மோதல்களைக் குறைத்தல்.

- ஆற்றல் சேமிப்பு.
- குறைக்கப்பட்ட சேவை, மூலதனம் மற்றும் மனித வள செலவுகள்.

CSR இன் எதிர்மறையான பொருளாதார விளைவுகள்

சமூகப் பொறுப்புகளை நிறைவேற்ற நிறுவனங்கள் பணம் செலுத்தும்போது, பொருளாதாரப் பலன்கள் அவற்றின் முக்கிய முதலீட்டின் பலன்களைப் போல பெரிதாக இருக்காது.

வணிகங்கள். சில நிறுவனங்கள் தங்கள் நிதி செயல்திறன் மற்றும் CSR செலவினங்களை ஒரே நேரத்தில் அதிகரிக்க முடியாது.

சமூக பொறுப்பற்ற நிறுவனங்களை மூலதனச் சந்தையில் எதிர்மறையாக மதிப்பீடு செய்வதன் மூலம் தகவல் வெளிப்படுத்தல் இந்த சிக்கலைத் தணிக்கும், இது அதிக ஒழுங்குமுறை செலவுகள், கறை படிந்த நற்பெயர் மற்றும் அதிருப்தியான பங்குதாரர்களுக்கு வழிவகுக்கும்.

Hohnen (2007) படி அதிகரிக்க பல்வேறு வழிகள் உள்ளன செயல்படுத்தும் செயல்முறைக்கு ஊழியர்களின் அர்ப்பணிப்பு:

- வேலை விளக்கங்களில் சிஎஸ்ஆர் செயல்திறன் கூறுகளை இணைத்தல் மற்றும் செயல்திறன் மதிப்பீடுகள்;
- முன்னேற்றம் குறித்த வழக்கமான புதுப்பிப்புகளை வழங்குதல் (கூட்டங்களில் அல்லது நிறுவனத்தின் செய்திமடலில்)
- ஊக்கத்தொகைகளை உருவாக்குதல் (போன்றவை பணமற்றும் பிற வெகுமதிகளுக்கு சிறந்தபரிந்துரைகள்)

- ஊக்கத்தொகையை நீக்குதல் அல்லது குறைத்தல் (எ.கா., CSR அல்லாத விருப்பங்களைத் தேர்ந்தெடுக்க பணியாளர்களை ஊக்குவிக்கும் முன்கூட்டிய காலக்கெடு போன்ற போட்டி நலன்கள்
- நல்ல யோசனைகளுக்கு ஊக்கத்தொகை மற்றும் அங்கீகாரம் வழங்குதல். -

பொருத்தமான அளவீடுகள் -

நிறுவனங்களில் என்ன அளவிடப்படுகிறது என்பதுதான் செய்யப்படுகிறது.

மூலோபாய CSRக்கான முதல் படி, அளவீட்டு முறைகளில் அடிப்படை மாற்றங்களைச் செய்வதாகும். CSR இலக்குகளை நோக்கிய செயல்பாட்டில் தர அளவீடுகள் நிதி மற்றும் நிதி அல்லாத குறிகாட்டிகளை வழங்குகின்றன. (ஹாஸ்லின் மற்றும் ஓச்சோவா, 2008) -

வெகுமதி அமைப்புகள்

CSR செயல்படுத்தல் செயல்முறையை மேம்படுத்த எடுக்கப்பட்ட அர்ப்பணிப்பு மற்றும் முயற்சிகள் அங்கீகரிக்கப்பட்டு வெகுமதி அளிக்கப்பட வேண்டும். இத்தகைய முன்முயற்சிகளுக்கு வெகுமதி அளிப்பது, மூலோபாய CSR நோக்கங்களை அடைய நிறுவனத்திற்கு உதவும் வழிகளில் ஈடுபடுவதற்கான பணியாளர்களின் விருப்பத்தை மேம்படுத்தும். (ஹாஸ்லின் மற்றும் ஓச்சோவா, 2008) 3.2.3 ஹோனென்ஸ்

CSR க்கான CSR செயல்படுத்தல் கட்டமைப்பு

இது "ஒரே அளவு பொருந்தக்கூடிய" முறையிலிருந்து வெளியேறாது, ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் பிரத்தியேக

பண்புகளையும் சூழ்நிலைகளையும் கொண்டுள்ளது, அது நிறுவனத்தை பாதிக்கிறது. இருந்தபோதிலும், நிறுவனத்தின் முக்கிய மதிப்புகள், வணிக கலாச்சாரம், சுற்றுச்சூழல் மற்றும் முக்கிய வணிக நடவடிக்கைகள் ஆகியவற்றுடன் ஒத்துப்போகும் வகையில், CSR ஐ முறையாக செயல்படுத்துவதில் குறிப்பிடத்தக்க மதிப்பு உள்ளது. (ஹோனென், 2007)

நன்கு வடிவமைக்கப்பட்ட CSR செயல்படுத்தல் கட்டமைப்பை Hohnen விவரிக்கிறார்.

**செயல்முறையை நான்கு பகுதிகளாகப் பிரிப்பதன் மூலம் கட்டமைப்பு:**

திட்டத்தை சரிபார்த்து மேம்படுத்தவும். முதல் பகுதி திட்டம், நிறுவனத்திற்குள் பிரத்யேக CSR உத்தியை உருவாக்கும் 29 செயல்முறையை உள்ளடக்கியது. இங்கு அனைத்து மட்டங்களிலும் நிறுவனத்திற்குள் தொடர்புகொள்வது மற்றும் CEO, மூத்த நிர்வாகம் மற்றும் ஊழியர்களிடமிருந்து ஆதரவைப் பெறுவது முக்கியம்.

செயல்படுத்தல் செயல்முறையின் இரண்டாம் பகுதியில், CSR பொறுப்புகள் முதன்மையாக உருவாக்கப்பட்டு பின்னர் செயல்படுத்தப்பட வேண்டும். இந்த பகுதியில் பணியாளர்கள் செயல்பாட்டில் தீவிரமாக ஈடுபடுவது அவசியம், இது பணியாளர்களின் பங்கேற்புடன் CSR வணிகத் திட்டத்தைத் தயாரித்து செயல்படுத்துவதன் மூலமும் தொடர்ச்சியான CSR பயிற்சியின் மூலமும்



ஓரளவு செய்யப்படுகிறது.

இந்த பகுதிக்குப் பிறகு மூன்றாவது பகுதியை சரிபார்க்கவும். இந்த பகுதியில், செயல்படுத்தப்பட்ட CSR மூலோபாயத்தின் முன்னேற்றத்தை உறுதிப்படுத்துவது, அறிக்கை செய்வது மற்றும் அளவிடுவது, நிறுவனத்திற்குள் மற்றும் முக்கிய பங்குதாரர்களை ஈடுபடுத்துவது முக்கியம்.

CSR செயல்படுத்தல் செயல்முறையின் கடைசி பகுதி, மேம்படுத்துதல், மதிப்பீட்டின் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்துகிறது மற்றும் முன்னேற்றத்திற்கான வாய்ப்புகளை அடையாளம் காட்டுகிறது

கூட்டாண்மை சமூக பொறுப்பு இது ஒரு உருமாற்ற முயற்சி அல்லது இந்திய நிறுவனங்களால் நடைமுறைப்படுத்தப்படும் செயல்பாடு. அரசாங்கத்தால் கட்டளையிடப்பட்ட, இது சமூகத்தின் கூட்டு மேம்பாடு மற்றும் நல்வாழ்வை நோக்கிய ஒரு நேர்மறையான படியாகும். இந்தியாவில் CSR செயல்பாடுகள் இருக்க வேண்டும் சமூகத்தின் சமூக-பொருளாதார வளர்ச்சியுடன் ஏதோ ஒரு வகையில் சீரமைத்தல்.

CSR குழு மற்றும் கொள்கைகள்

தகுதிபெறும் நிறுவனங்கள் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும். CSR முன்முயற்சிகளுக்கு முந்தைய 3 தொடர்ச்சியான நிதியாண்டுகளுக்கு அதன் சராசரி நிகர

லாபத்தில் குறைந்தது 2% செலவழிக்க வேண்டும். கட்டாயமாக CSR குழுவை தகுதிபெறும் நிறுவனம் அமைக்க வேண்டும். இது குறைந்தது 3 இயக்குநர்கள் குழுவை (போர்டு) நியமிக்க வேண்டும். இந்தக் குழு, மேற்கொள்ளப்பட வேண்டிய CSR நடவடிக்கைகளை (CSR Policy) குறிப்பிடும் ஒரு கொள்கை மற்றும் திட்டத்தை வாரியத்திற்கு தயாரித்து பரிந்துரைப்பதற்கு பொறுப்பாகும். குறிப்பிடப்பட்ட நடவடிக்கைகளுக்குச் செலவழிக்கப்பட வேண்டிய தொகையையும் அவர்கள் பரிந்துரைப்பார்கள் (பாதுகாக்கலாம்). CSR கொள்கை மற்றும் செயல்பாடு செயல்படுத்தப்படுவதை கண்காணித்தல் அவர்களின் பணியாகும். CSR கமிட்டியின் பரிந்துரைகள் மற்றும் பரிந்துரைகளை வாரியம் ஆய்வு செய்து நிறுவனத்தின் CSR கொள்கை மற்றும் செயல்பாடுகளை ஆதரிக்கும்.

**CSR இல் இயக்குநர்கள் குழுவின் பங்கு**

ஒரு நிறுவனத்தின் இயக்குநர்கள் குழுவின் குறிப்பிடத்தக்க பங்கு நிறுவனத்தின் CSR நடவடிக்கைகளில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. வாரியத்தின் பங்கு அடங்கும்:

- கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கையின் ஒப்புதல்.
- CSR திட்டம் முழுமையாக செயல்படுத்தப்படுவதை உறுதி செய்தல்.
- அதன் அறிக்கையுடன் தொடர்புடைய CSR கொள்கைகளின் செலவுகள் மற்றும் திட்டம் பற்றிய முழு வெளிப்பாடு.
- நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் அதையே காட்டுகிறது.
- ஒதுக்கப்பட்ட தொகையை CSR நடவடிக்கைகளில் நிறுவனம்

செலவிடுகிறது என்பதை உறுதி செய்தல்.

இந்தியாவில் CSR நடவடிக்கைகளுக்கு முழுத் தொகையும் செலவிடப்படாவிட்டால் அபராதம் இல்லை என்றாலும், CSR குழு மற்றும் வாரியத்தின் அறிக்கை குறுகிய செலவினத்திற்கான காரணத்தைக் குறிப்பிட வேண்டும்.

**CSR செலவு:**

அட்டவணை VII பின்வரும் செயல்பாடுகளுக்கான செலவுகளை கட்டாயப்படுத்துகிறது-

1) பசி, வறுமை மற்றும் ஊட்டச்சத்து குறைபாட்டை ஒழித்தல், தடுப்பு சுகாதார பராமரிப்பு மற்றும் சுகாதாரத்தை மேம்படுத்துதல் மற்றும் பாதுகாப்பான குடிநீர் கிடைக்கச் செய்தல்,

2) குறிப்பாக குழந்தைகள், பெண்கள், முதியவர்கள் மற்றும் மாற்றுத்திறனாளிகள் மற்றும் வாழ்வாதாரத்தை மேம்படுத்தும் திட்டங்கள், சிறப்புக் கல்வி மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உள்ளிட்ட கல்வியை மேம்படுத்துதல், தொழில் திறன்களை மேம்படுத்துதல்,

3) பாலின சமத்துவத்தை ஊக்குவித்தல், பெண்களுக்கு அதிகாரமளித்தல், பெண்கள் மற்றும் அனாதைகளுக்கான இல்லங்கள் மற்றும் விடுதிகளை அமைத்தல்; முதியோர் இல்லங்கள், பகல்நேர பராமரிப்பு மையங்கள் மற்றும் மூத்த குடிமக்களுக்கான பிற வசதிகள் மற்றும் சமூக மற்றும் பொருளாதாரத்தில் பின்தங்கியவர்கள் எதிர்கொள்ளும் ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைப்பதற்கான நடவடிக்கைகள்,

4) சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை, சுற்றுச்சூழல் சமநிலை, தாவரங்கள் மற்றும் விலங்கினங்களின் பாதுகாப்பு, விலங்குகள் நலன், வேளாண் காடுகள், இயற்கை வளங்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மண், காற்று மற்றும் நீர் ஆகியவற்றின் தரத்தை பராமரித்தல்;

5) வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த கட்டிடங்கள் மற்றும் தளங்கள் மற்றும் கலைப் படைப்புகளின் மறுசீரமைப்பு உட்பட தேசிய பாரம்பரியம், கலை மற்றும் கலாச்சாரத்தின் பாதுகாப்பு; பொது நூலகங்கள் அமைத்தல்; பாரம்பரிய கலை மற்றும் கைவினைப் பொருட்களை மேம்படுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல்

6) ஆயுதப்படைகள், படைவீரர்கள், போர் விதவைகள் மற்றும் அவர்களைச் சார்ந்தவர்களின் நலனுக்கான நடவடிக்கைகள்;

7) கிராமப்புற விளையாட்டு, தேசிய அளவில் அங்கீகரிக்கப்பட்ட விளையாட்டு, பாராலிம்பிக் விளையாட்டு மற்றும் ஒலிம்பிக் விளையாட்டுகளை ஊக்குவிக்க பயிற்சி;

8) சமூக-பொருளாதார மேம்பாட்டிற்காகவும், பட்டியல் சாதியினர், பழங்குடியினர், இதர பிற்படுத்தப்பட்டோர், சிறுபான்மையினர் மற்றும் பெண்களின் நலனுக்காகவும், பிரதம மந்திரியின் தேசிய நிவாரண நிதிக்கு அல்லது மத்திய அரசால் அமைக்கப்படும் பிற நிதிக்கு பங்களிப்பு;

9) மத்திய அரசால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட கல்வி

நிறுவனங்களுக்குள் அமைந்துள்ள தொழில்நுட்ப இன்குபேட்டர்களுக்கு வழங்கப்படும் பங்களிப்புகள் அல்லது நிதி,

10) ஊரக வளர்ச்சி திட்டங்கள்,

11) இயக்குநர் குழுவின் குடிசைப் பகுதி மேம்பாட்டுப் பொறுப்பு

CSR குழுவின் பரிந்துரையை வாரியம் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும் & CSR கொள்கையை அங்கீகரிக்க வேண்டும் மற்றும் அதை நிறுவனத்தின் இணையதளத்திலும் வைக்க வேண்டும். கொள்கையின்படி நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுவதை உறுதிசெய்யவும்

**CSR குழு:**

CSR பொருந்தக்கூடிய ஒவ்வொரு நிறுவனமும் வாரியத்தின் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும்: 3 அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்களை உள்ளடக்கியது, அதில் குறைந்தபட்சம் ஒரு இயக்குனராவது ஒரு சுயாதீன இயக்குனராக இருக்க வேண்டும். எவ்வாறாயினும், ஒரு நிறுவனம் ஒரு சுயாதீன இயக்குனரை நியமிக்கத் தேவையில்லை என்றால், அது குழுவில் 2 அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். ஒரு தனியார் நிறுவனத்தில் இரண்டு இயக்குநர்கள் மட்டுமே இருக்கும் பட்சத்தில், 2 இயக்குநர்களைக் கொண்ட ஒரு வெளிநாட்டு நிறுவனமாக இருந்தால், குறைந்தபட்சம் 2 நபர்களைக் கொண்டதாக இருக்க வேண்டும், அதில் ஒருவர் இந்தியாவில் வசிப்பவராகவும், வெளிநாட்டு நிறுவனத்தால்

பரிந்துரைக்கப்பட்ட மற்றொரு நபராகவும் இருக்க வேண்டும்.  
CSR குழு.

CSR கமிட்டி  
நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் செயல்பாடுகளைக்  
குறிக்கும் ஒரு CSR கொள்கையை உருவாக்கி வாரியத்திற்குப்  
பரிந்துரைக்கவும்.

உட்பிரிவில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகளுக்கு  
செலவழிக்க வேண்டிய தொகையை பரிந்துரைக்கவும்

நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையை அவ்வப்போது  
கண்காணிக்கவும்  
நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் CSR திட்டங்கள்  
அல்லது திட்டங்கள் அல்லது செயல்பாடுகளை செயல்படுத்த  
ஒரு வெளிப்படையான கண்காணிப்பு பொறிமுறையை  
நிறுவுதல்.

**இயக்குநர்கள் குழுவின் பொறுப்பு (BOD):**

CSR பொருந்தக்கூடிய ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் BODயும்:  
CSR குழுவின் பரிந்துரைகளை பரிசீலித்த பிறகு,  
நிறுவனத்திற்கான CSR கொள்கையை அங்கீகரித்து, வாரிய  
அறிக்கையில் அத்தகைய கொள்கையின் உள்ளடக்கங்களை  
வெளியிட வேண்டும். நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையில்  
சேர்க்கப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகள் நிறுவனத்தால்  
மேற்கொள்ளப்படுவதை உறுதிசெய்து, அதன் கலவையை  
வெளியிட வேண்டும்.

குழு அறிக்கையில் CSR கமிட்டி, ஒவ்வொரு நிதியாண்டிலும்,

அதன் CSR கொள்கையின்படி, 3 உடனடியாக முந்தைய நிதியாண்டுகளில் நிறுவனத்தின் சராசரி நிகர லாபத்தில் குறைந்தது 2% செலவழிப்பதை உறுதி செய்கிறது. இந்தியாவில் மேற்கொள்ளப்படும் CSR திட்டங்கள்/திட்டங்கள்/செயல்பாடுகள் மட்டுமே CSR செலவில் இருக்கும்.

**CSR நடவடிக்கைகள்**

**பொருள்**

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு செயல்பாடுகளை முழுமையாக வரையறுக்கக்கூடிய உறுதியான விளக்கம் எதுவும் இல்லை. இருப்பினும், CSR இன் உள்ளடக்கம் என்ன என்பதைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் ஒரு யோசனையைப் பெறுவதற்கும், இது CSR விதிகளின் கீழ் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது.

CSR activities வரையறை பின்வருமாறு;

அட்டவணை 7 இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள செயல்பாடுகள் தொடர்பான திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள்; அறிவிக்கப்பட்ட CSR கொள்கையின்படி CSR குழுவின் பரிந்துரைகள் வாரியத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் நடவடிக்கைகள் தொடர்பான திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள். அத்தகைய கொள்கையானது அட்டவணையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பாடங்களை உள்ளடக்கும் நிபந்தனைக்கு உட்பட்டது.

CSR இன் இந்த வரையறையானது, அட்டவணையின் கீழ் பட்டியலிடப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகள் தொடர்பான திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களில் நிறுவனங்களை ஈடுபட அனுமதிக்கிறது.

தகுதிபெறும் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்கள் இந்தியாவில் CSR நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட வேண்டும், நிறுவனத்திற்கு நெகிழ்வுத்தன்மை கொடுக்கப்பட்டுள்ளது மற்றும் CSR குழு எந்தெந்த துறைகளில் பங்களிக்க விரும்புகிறது என்பதை முடிவு செய்யும். எடுக்கப்பட்ட நடவடிக்கைகள் நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் கட்டாயமாக காட்டப்பட வேண்டும்.

**நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இல் CSR**

நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013 பிரிவு 135 ஐ உருவாக்கியுள்ளது மற்றும் இந்திய நிறுவனங்களை அவர்களின் CSR செலவுகள் குறித்து அரசாங்கத்திற்கு பதிலளிக்கும் முக்கிய சட்டமாகும். கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புணர்வு செயல்பாடுகளை கட்டாயமாக்கிய முதல் நாடு இந்தியா தகுதி நிறுவனங்கள். இது நிச்சயமாக வளர்ச்சி, ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சி மற்றும் மனிதநேயத்தை நோக்கிய ஒரு குறிப்பிடத்தக்க படியாகும்.

அது ஒரு தனியார் துறை நிறுவனமாக இருந்தாலும் அல்லது பொதுத்துறை நிறுவனமாக இருந்தாலும், கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை அனைத்து பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களும் கடைபிடிக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனம் பின்வரும் நிபந்தனைகளில் ஏதேனும் ஒன்றில் வந்தால், அவர்கள் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும்.

**நிறுவனங்கள்:**

- அதன் நிகர மதிப்பு ரூ. 500 கோடி அல்லது அதற்கு மேல், அல்லது
- இதன் ஆண்டு வருவாய் ரூ. 1000 கோடி அல்லது அதற்கு மேல், அல்லது



- இதன் மூலம் ரூ. 5 கோடி அல்லது அதற்கு மேல்.

எந்தவொரு நிதியாண்டிலும், மேலே உள்ள நிதி வலிமை அளவுகோல்கள் ஏதேனும் பூர்த்தி செய்யப்பட்டால், பிரிவு 135 இன் விதிகள் பொருந்தும். கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு விதியின் கட்டாயத்திற்கு முன், இந்தியாவில் CSR நடவடிக்கைகள் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு தன்னார்வமாக இருந்தன. இருப்பினும், அவர்கள் தங்கள் பங்குதாரர்களுக்கு அவர்களின் CSR செலவினங்களை வெளியிடுவது கட்டாயமாக இருந்தது. நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் கீழ், நிறுவனம் செயல்படும் உள்ளூர் பகுதிகளுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கப்பட வேண்டும்.

**நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013ன் அட்டவணை VII இன் கீழ் CSR செயல்பாடுகளின் வகைகள்**

நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013ன் கீழ் தகுதிபெறும் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்கள் பங்களிக்கக்கூடிய பின்வரும் வகையான CSR நடவடிக்கைகள்:

**நான் பசி, வறுமை மற்றும் ஊட்டச்சத்து குறைபாட்டை ஒழிக்கிறேன்:**

கிராமப்புறங்களில் சுகாதாரம் மற்றும் சுகாதாரத்தை மேம்படுத்துவதன் மூலம் இதைச் செய்யலாம். மத்திய அரசால் அமைக்கப்பட்டுள்ள ஸ்வச் பாரத் கோஷ் திட்டத்திற்கும் இது ஒரு பங்களிப்பாக இருக்கலாம். ஒரு நிறுவனத்தின் CSR முயற்சியின் ஒரு பகுதியாக இரத்த தான முகாம்களும் செய்யப்படலாம்.

**|| கல்வியை ஊக்குவித்தல்**

இது குழந்தைகளுக்கு கல்வி வழங்குவது மற்றும் பெண்கள், முதியவர்கள் மற்றும் மாற்றுத்திறனாளிகள் மத்தியில் வேலைவாய்ப்பை மேம்படுத்தும் அல்லது சிறப்புக் கல்வியை மேம்படுத்தும் அத்தியாவசியமான தொழில் திறன் பயிற்சியை உள்ளடக்கியதாக இருக்கலாம்.

III பாலின சமத்துவத்தை ஊக்குவித்தல்.

பெண்களுக்கு மலிவு விலையில் தங்கும் விடுதிகள் அமைப்பதன் மூலம் பெண்கள் அதிகாரமளிக்கும் திட்டங்களைத் தொடங்கலாம். மூத்த குடிமக்களுக்கான முதியோர் இல்லங்கள், பகல்நேர பராமரிப்பு மையங்கள் மற்றும் பிற வசதிகளை நிறுவுவது மற்றொரு விருப்பம். அனாதை இல்லங்களையும் CSR குழு அமைத்து நிர்வகிக்கலாம்.

IV சுற்றுச்சூழலுடன் தொடர்புடைய CSR முயற்சிகள்

சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மைக்கு பங்களிப்பு செய்யலாம். சுற்றுச்சூழல் சமநிலையைப் பேணுதல், தாவரங்கள் மற்றும் விலங்கினங்களைப் பாதுகாத்தல், விலங்குகள் நலனை மேம்படுத்துதல், இயற்கை வளங்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மண், காற்று மற்றும் நீரின் தரத்தைப் பேணுதல், தூய்மையான கங்கை நிதிக்கு மத்திய அரசின் பங்களிப்பு உட்பட உதவும் நடவடிக்கைகள்.

V தேசிய பாரம்பரியம், கலை மற்றும் கலாச்சாரத்தின் பாதுகாப்பு:

இது பாரம்பரிய தளங்களின் மறுசீரமைப்பு, வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்த கட்டிடங்கள் மற்றும் கலைப் படைப்புகள் பொது நூலகங்களை அமைக்கலாம்.

VI ஆயுதப்படை வீரர்கள், போர் விதவைகள் மற்றும்

குடும்பங்களின் நன்மை மற்றும் ஆதரவை நோக்கி நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்படலாம்.

VII பட்டியல் சாதி, பழங்குடியினர், இதர பிற்படுத்தப்பட்டோர், பெண்கள் மற்றும் சிறுபான்மையினரின் நலன் மேம்பாடு மற்றும் நிவாரணத்திற்காக மத்திய அரசால் அமைக்கப்பட்டுள்ள பிரதமரின் தேசிய நிவாரண நிதி அல்லது வேறு ஏதேனும் நிதிக்கான பங்களிப்புகள்.

VIII மத்திய அரசால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட கல்வி நிறுவனங்களில் உள்ள தொழில்நுட்ப வளர்ச்சிக்கு வழங்கப்படும் பங்களிப்புகள் அல்லது நிதிகள்.

IX ஊரக வளர்ச்சித் திட்டங்கள் மற்றும் குடிசைப் பகுதி மேம்பாட்டிற்கு பங்களிப்பு செய்யலாம்.

### CSR செயல்படுத்தல் செயல்முறை

CSR செயல்படுத்தல் செயல்முறையின் விளைவுகளை மேம்படுத்தும் வகையில் முன்னேற்றங்களைப் புகாரளிப்பது முக்கியம். இலக்குகளை அளவிடுவதில் கவனம் செலுத்தப்படுகிறதா என்பதைச் சரிபார்த்து, முன்னர் அமைக்கப்பட்ட செயல்திறனை அங்கீகரிப்பது அவசியம். CSR செயல்படுத்தல் செயல்பாட்டில் பணியாளர்களை ஊக்கப்படுத்துவதற்கு வெகுமதி அமைப்புகளின் பயன்பாடு முக்கியமானது. நிறுவனங்கள் தங்கள் ஊழியர்களை நடைமுறைப்படுத்துவதற்கு உண்மையிலேயே முயற்சி செய்ய

வேண்டும் மற்றும் அவர்களுக்கு CSR இன் அர்த்தத்தை புரிய வைக்க முயற்சிக்க வேண்டும்.

CSR செயல்படுத்தல் செயல்முறையை மேம்படுத்த, மதிப்பீட்டை மேம்படுத்துவது முக்கியம். Hohnen (2007) CSR செயல்படுத்தல் செயல்முறையை மேம்படுத்த, ஒரு மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும் என்று வாதிடுகிறார். CSR இன் புதிய அணுகுமுறைகளை மேற்கொள்ள முடிவுசெய்து செயல்படுத்தப்பட்டால் மதிப்பீடு பயன்படுத்தப்படும், மேலும் எந்தெந்த பகுதிகளில் மேம்பாடுகள் அவசியம் மற்றும் மாற்றங்கள் எவ்வாறு செயல்படுத்தப்பட வேண்டும் என்பதைக் கண்டறியவும்.

**இந்தியாவில் உள்ள நிறுவனங்களின் CSR நடவடிக்கைகள்**

சமூக நலனுக்கான தன்னார்வ பங்களிப்புகள் வரும்போது இந்திய நிறுவனங்கள் எப்போதுமே மிகவும் தாராளமாக இருந்தன. ஆனால் அது கட்டாயமாக்கப்பட்டுள்ளதால், அதிக தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட்டுள்ளன.

அளவு அடிப்படையில், 2018 ஆம் ஆண்டில் சிறந்த இந்திய நிறுவனங்களின் CSR செலவு ஆணைக்குப் பிறகு 47% அதிகமாக இருந்தது. மின்சாரம் மற்றும் எரிசக்தி துறை 2400 கோடிக்கு மேல் பங்களித்துள்ளது. வங்கி மற்றும் நிதிச் சேவைகள் துறை 1353 கோடிகள் பங்களித்தது, அதே நேரத்தில் தகவல் தொழில்நுட்பத் துறையானது பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புகளுக்காக சுமார் 1100 கோடிகளை ஈட்டியது. 2016 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி, நாட்டிற்கான CSR பங்களிப்பாளர்களாக

சுமார் 460 நிறுவனங்கள் பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன. ITC, Tata Group, Infosys, Ambuja Cement, Ultratech Cement, & Mahindra, Tata Chemical மற்றும் Bharat Petroleum Corporation Ltd ஆகிய பெரிய துப்பாக்கிகளில் சில முக்கிய பங்குகள் சுகாதாரம் மற்றும் கல்வி ஆகிய இரண்டு துறைகளில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. கடந்த நிதியாண்டில் அந்த இரண்டு வளர்ச்சிப் பகுதிகளிலும் சுமார் ரூ.3,893 கோடி CSR ஆக செலவிடப்பட்டுள்ளது.

இந்தியாவில் உள்ள நிறுவனங்கள் இந்தியாவில் CSR செயல்பாடுகளைச் செய்கின்றன  
**ஐடிசி**

ITC பல ஆண்டுகளாக இந்தியாவில் பயனுள்ள CSR செயல்பாடுகளை செய்து வருகிறது. ஐடிசி அதன் 2,334 துணை கற்றல் மையங்கள் மூலம் சுமார் 2, 52,329 குழந்தைகளுக்கு கல்வி அளித்துள்ளது. அவர்கள் 1183 சுய உதவிக் குழுக்கள் மூலம் சுமார் 15378 பெண் உறுப்பினர்களை ஆதரித்து அதிகாரம் அளித்துள்ளனர்.

**டாடா பவர்**

டாடா பவர்குஜராத்தின் கட்ச் பகுதியில் உள்ள தனது சுயஉதவி குழுக்கள் மூலம் பெண்களுக்கு அதிகாரம் அளிப்பதை அதன் முதன்மையான முன்னுரிமையாக ஆக்கியுள்ளது. இந்த முன்முயற்சியானது வீட்டுவசதி, கால்நடைகளை வாங்குதல், வணிகத்திற்கான மூலதனம், கல்வி, திருமணம் மற்றும் மருத்துவ நோக்கங்களுக்காக நிதி உதவி மற்றும் கடன்களை வழங்குகிறது.

## இன்ஃபோசிஸ்

இன்ஃபோசிஸ்கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை ஆரம்பத்தில் ஏற்றுக்கொண்டவர்களில் ஒருவர். பெங்களூரு மெட்ரோ ரயில் கார்ப்பரேஷன் லிமிடெட் உடன் இணைந்து கர்நாடகாவில் நீர்நிலைகளை சீரமைத்தல் மற்றும் மெட்ரோ ரயில் நிலைய கட்டுமானம் போன்ற திட்டங்களை அவர்கள் மேற்கொண்டுள்ளனர். மேலும், அவர்கள் தங்கள் கோஸ்போர்ட்ஸ் அறக்கட்டளை மூலம் விளையாட்டில் பங்களிப்பைச் செய்து வருகின்றனர். அவர்களின் CSR முயற்சியில் தமிழ்நாடு, கர்நாடகா மற்றும் கேரளாவுக்கான நிவாரண நிதியும் அடங்கும்.

## ரிலையன்ஸ்

ரிலையன்ஸ்பலங்கிர் மாவட்டத்தின் கிராம மக்களின் உயிரைப் பாதுகாக்கும் முயற்சியை எடுத்துள்ளது. அவர்களுக்காக ஒரு ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம் உள்ளது. இந்தியாவில் தரமான கல்வியை அனைவருக்கும் வழங்குவதற்காக "அனைவருக்கும் கல்வி" என்ற திட்டம் தொடங்கப்பட்டது. தாழ்த்தப்பட்ட குழந்தைகள், பெண் குழந்தைகள் மற்றும் மாற்றுத்திறனாளிகளின் கல்வி உரிமையைப் பாதுகாக்க அவர்கள் பணியாற்றுகிறார்கள். பேரிடர் நிவாரண நிதியிலும் பங்களிக்கின்றனர்.

## டாடா ஸ்டீல்

டாடா ஸ்டீல், கடந்த 100 ஆண்டுகளாக, ஜார்கண்டின் சமூக மேம்பாடு மற்றும் மேம்பாட்டிற்காக அர்ப்பணிப்புடன் செயல்பட்டு வருகிறது. அவர்களின் CSR கமிட்டியின் நிகழ்ச்சி

நிரல் அது செயல்படும் சமூகங்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துவதாகும். அவர்கள் 1991 இல் "லைஃப்லைன் எக்ஸ்பிரஸ்" என்ற ரயிலையும் தொடங்கியுள்ளனர், இது இந்தியாவின் தேவைப்படும் பகுதிகளுக்கு சேவை செய்யும் இயங்கும் மருத்துவமனையாகும். அவர்கள் பல எய்ட்ஸ் விழிப்புணர்வு நிகழ்ச்சிகளை செய்துள்ளனர்.

### அமுல்

பல ஆண்டுகளாக, அமுல் அறக்கட்டளையாக திரிபுவன் மூலம் கிராமப்புற சுகாதாரம் மற்றும் வளர்ச்சிக்கு பங்களித்துள்ளது. அவர்கள் கேடா மாவட்டத்தில் ஸ்வர்ஞ்சயந்தி கிராம் ஸ்வரோஸ்கர் யோஜனா என்ற முழுமையான சுயவேலைவாய்ப்பு திட்டத்தையும் நிறுவிியுள்ளனர். அவர்கள் வெற்றிகரமாக மரம் நடும் இயக்கங்கள், இரத்த தான முகாம்கள் மற்றும் கிராமப்புற சுகாதார திட்டங்களை நடத்துகின்றனர். அவர்கள் தங்கள் அமுல் ஸ்காலர் திட்டங்கள் மூலம் உதவித்தொகைகளையும் வழங்குகிறார்கள்.

### கஃபே காபி டே

அன்பான காபி ஷாப், கஃபே காபி டே, 50 பேச்சு மற்றும் செவித்திறன் குறைபாடுள்ளவர்களை அவர்களது பல்வேறு விற்பனை நிலையங்களில் பணியாளர்களாகப் பயன்படுத்துகின்றனர். சமமான வேலைவாய்ப்பை நோக்கிய நகர்வாக தங்கள் CSR செயல்பாட்டின் ஒரு பகுதியாக இதைச் செய்கிறார்கள். அவர்கள் அவர்களை 'சைலண்ட் ப்ரூ-மாஸ்டர்கள்' என்று அழைத்தனர். CCD ஆனது

மாற்றுத்திறனாளிகளுக்கு அதிகாரம் அளிக்க என்பேல் இந்தியா என்ற தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனத்துடன் இணைந்துள்ளது. அவர்களின் மிகப்பெரிய CSR முயற்சி கர்நாடகாவின் சிக்மகளுரில் உள்ள SVGH தொழிற்பயிற்சிக் கல்லூரி ஆகும்.

#### பி&ஜி

"ஷிக்ஷா - பதேகா இந்தியா, பதேகா இந்தியா" என்பது ஒரு முக்கியமான பகுதியாகும்ப்ராக்டர் & கேம்பிள் தான்CSR. ஷிக்ஷா முன்முயற்சி, இன்றுவரை, சுமார் 280,000 தாழ்த்தப்பட்ட குழந்தைகளுக்கு கல்விக்கான உரிமையைப் பெற உதவியுள்ளது. அவர்கள் இந்தியா முழுவதும் 140 க்கும் மேற்பட்ட பள்ளிகளை உருவாக்கி ஆதரவளித்துள்ளனர்.

#### விப்ரோ

விப்ரோவிப்ரோ கேர் மூலம் கல்வி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கு தனது பங்களிப்பை வழங்குகிறது. கல்வி மட்டுமின்றி, விப்ரோ கேர் மூலம், பேரிடர் நிவாரணம் மற்றும் மறுவாழ்வு மற்றும் தேவைப்படுபவர்களுக்கான உடல்நலம் மற்றும் ஆரோக்கிய திட்டங்களை விப்ரோ வழங்குகிறது. அதன் செயல்பாடுகளில் சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மையை ஊக்குவிக்கும் விப்ரோ ஐயையும் அவர்கள் அறிமுகப்படுத்தியுள்ளனர்.

#### டி.எல்.எஃப்

டி.எல்.எஃப்இந்தியாவின் மிகப்பெரிய ரியல் எஸ்டேட் நிறுவனமாகும். கட்டுமானத் தொழிலாளர்களின் குழந்தைகளுக்கு கல்வி கற்பதற்காக, ஸ்வபனா சர்தக் முறைசாரா பள்ளி நிறுவப்பட்டது. அவர்கள் DLF LIFE என்ற பதாகையின் கீழ் வேலைவாய்ப்பிற்குரிய தொழிற்பயிற்சி



மையங்களையும் அமைத்துள்ளனர். பின்தங்கிய குழந்தைகளின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்த டிஎல்எஃப் இன்ஸ்பயர் நிறுவனத்தையும் அமைத்துள்ளனர்.

**கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புகளின் முக்கியத்துவம்**

CSR என்பது ஒரு சக்திவாய்ந்த மாற்றத்தை உருவாக்கும் நிறுவனங்களின் ஒரு பெரிய படியாக இருந்தாலும், இது மேம்பட்ட ஒட்டுமொத்த நற்பெயரையும் குறிக்கிறது. நிறுவனங்களைப் பொறுத்தவரை, இது ஒரு சக்திவாய்ந்த அறிக்கையாகும், இதன் மூலம் அவர்கள் எதைக் குறிக்கிறார்கள் என்பதை அவர்கள் தெரிவிக்கிறார்கள். இது அதன் பணியாளர்கள், மக்கள் மற்றும் நிறுவனம் தனது சொந்த தேவைகளை விட பெரியதாக ஏதாவது பங்களிக்க உதவுகிறது. சிஎஸ்ஆர் ஊழியர்களுக்கு சொந்தமான உணர்வையும் அளிக்கிறது. இது ஊழியர்களிடையே பிணைப்பு மற்றும் நிறுவனத்தின் மீதான பற்றுதலை வலுப்படுத்துகிறது.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு நிறுவனம் முழுவதையும் சுற்றி ஒரு நேர்மறையான வாய் வார்த்தைகளை உருவாக்குவதில் நீண்ட தூரம் செல்கிறது. பிராண்ட் விளம்பரம் செய்வதில் பெரும் பங்கு வகிக்கிறது. ஒரு நிறுவனத்தின் CSR செயல்பாடுகளைப் பற்றி மக்கள் கேட்கும்போது, அவர்கள் உள்ளூர்வாக பிராண்டிற்கான நேர்மறையான உணர்வை உருவாக்குகிறார்கள். அவர்கள் ஒரு நிலைப்பாட்டை எடுக்கும் பிராண்டுகளை நோக்கி சாய்வார்கள். 2% சிறிய தொகையாகத் தோன்றலாம், ஆனால் பெரிய நிறுவனங்கள் கோடிகளில் லாபம்

ஈட்டுகின்றன. இது ஒரு பெரிய பங்களிப்பாகும் மற்றும் சமூகத்தின் நலன் மற்றும் நாட்டின் வளர்ச்சிக்கு ஒரு பெரிய மாற்றத்தைக் கொண்டுவருகிறது.

**நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இல் CSR வழங்குதல்**

'கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு' (CSR) என்பது சமூகத்தின் மீதான கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களின் பொறுப்பைக் குறிக்கிறது. CSR இன் தோற்றம் பண்டைய இந்தியாவில் 1850 வரை நீடித்தது மற்றும் தொண்டு மற்றும் பரோபகாரம் ஆகியவை அந்தக் காலத்தின் முக்கிய இயக்கிகளாக இருந்தன. CSR இன் பரிணாமங்கள் நான்கு கட்டங்களாகப் பிரிக்கப்பட்டு, இந்தக் கட்டங்களைப் பற்றிய யோசனையைப் பெறுகின்றன.

**பொருந்தக்கூடிய தன்மை:**

(1) நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 135(1) CSR விதிகள் மற்றும் CSR குழுவின் அரசியலமைப்பின் பொருந்தக்கூடிய தன்மைக்கான தூண்டுதல் புள்ளியை வழங்குகிறது. CSR கமிட்டியின் அமைப்பு பின்வரும் நிறுவனங்களில் கட்டாயமாக உள்ளது:

2. நிகர மதிப்பு:பிரிவு 2(57) இன் படி, 'NW' = (செலுத்தப்பட்ட பங்கு மூலதனம் + அனைத்து கையிருப்புகளும் லாபம் + செக்யூரிட்டி பிரீமியம் கணக்கிலிருந்து உருவாக்கப்பட்டது) - (திரட்டப்பட்ட இழப்புகள் + ஒத்திவைக்கப்பட்ட செலவுகள் மற்றும் இதர செலவுகள் எழுதப்படவில்லை)

3. டர்ன்ஓவர்:பிரிவு 2(91) இன் படி, 'விற்றுமுதல்' என்பது, ஒரு

நிதியாண்டில், நிறுவனத்தால் வழங்கப்பட்ட பொருட்களின் விற்பனை, வழங்கல் அல்லது விநியோகம் அல்லது சேவைகள் அல்லது இரண்டின் அடிப்படையில் செய்யப்பட்ட தொகையின் மொத்த மதிப்பாகும்.

**4. நிகர லாபம்:** நிறுவனங்களின் (CSR கொள்கை) விதிகள் 2014 விதி 2(f) இன் படி, 'நிகர லாபம்' என்பது சட்டத்தின் பொருந்தக்கூடிய விதிகளின்படி தயாரிக்கப்பட்ட அதன் நிதிநிலை அறிக்கையின்படி ஒரு நிறுவனத்தின் நிகர லாபம், ஆனால் இதில் சேர்க்கப்படாது. பின்வருபவை:

i) ஒரு தனி நிறுவனமாக அல்லது வேறுவிதமாக இயக்கப்பட்டாலும், நிறுவனத்தின் வெளிநாட்டு கிளைகள் அல்லது கிளைகளில் இருந்து எழும் ஏதேனும் லாபம்; மற்றும்

ii) சட்டத்தின் பிரிவு 135 இன் கீழ் உள்ள இந்தியாவில் உள்ள பிற நிறுவனங்களிடமிருந்து பெறப்பட்ட ஏதேனும் ஈவுத்தொகை;

நிறுவனச் சட்டம், 1956, (1956 இன் 1) விதிகளின்படி தொடர்புடைய நிதிநிலை அறிக்கைகள் தயாரிக்கப்பட்ட நிதியாண்டின் நிகர லாபம், விதிகளின்படி மறுகணிக்கப்பட வேண்டிய அவசியமில்லை. சட்டம். மேலும், இந்த விதிகளின் கீழ் ஒரு வெளிநாட்டு நிறுவனமாக இருந்தால், நிகர லாபம் என்பது பிரிவு 381 இன் துணைப்பிரிவு (1) இன் உட்பிரிவு (1) இன் பிரிவின்படி தயாரிக்கப்பட்ட லாப மற்றும் இழப்புக் கணக்கின்படி அந்த நிறுவனத்தின் நிகர லாபம் ஆகும். சட்டத்தின் 198

**5. கால நிகர லாபத்தின் பகுப்பாய்வு:**

விதி 2(f) இன் படி 'நிகர லாபம்' என்பதன் மேற்கூறிய

வரையறை, 'சட்டத்தின் பொருந்தக்கூடிய விதிகளின்படி தயாரிக்கப்பட்ட நிதிநிலை அறிக்கைகளின்படி' நிகர லாபத்தை வழங்குகிறது. 'நிகர லாபம்' என்ற வெளிப்பாட்டின் விளக்கத்தை கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய ஒரே விதி 'லாபங்களின் கணக்கீடு' என்ற பிரிவு 198 என்ற தலைப்பில் உள்ளது என்பது தெளிவாகிறது. இருப்பினும், பிரிவு 198, 'பிரிவு 197 இன் நோக்கத்திற்காக எந்தவொரு நிதியாண்டிலும் ஒரு நிறுவனத்தின் நிகர லாபத்தைக் கணக்கிடுவதில்' தொடங்குகிறது.

'பிரிவு 197 இன் நோக்கத்திற்காக' என்ற சொற்களைச் சேர்த்தது, பிரிவு 135(1) இல் வழங்கப்பட்டுள்ள 'நிகர லாபம்' மற்றும் 'பிரிவு 197-ன் குறிப்பு' போன்றவற்றைச் சேர்ப்பதற்காக, பிரிவு 198 ஐக் குறிப்பிட முடியுமா என்ற தெளிவின்மையை உருவாக்கியது. சட்டத்தை உருவாக்குபவரின் எண்ணம் அப்படி இருக்காது என்பதை பிரதிபலித்தது. மேற்கூறியவற்றைத் தவிர, 'சராசரி நிகர லாபம்' என்ற மற்றொரு சொல் உள்ளது, இது சட்டத்தின் பிரிவு 135(5) இல் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் கீழ் ஏற்படும் செலவினங்களைக் கணக்கிடும் நோக்கத்திற்காகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இருப்பினும், ஒரு நல்ல செய்தி என்னவென்றால், 12 ஜனவரி 2016 தேதியிட்ட சமீபத்திய சுற்றறிக்கை அமைச்சகத்தால் வெளியிடப்பட்டது, இது கீழ்க்கண்டவாறு 'சராசரி நிகர லாபம்' அளவுகோல்களை வழங்கியது:

1. பிரிவு 135க்கான நிகர லாபத்தை கணக்கிடுவது, நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 198ன் படி, இது முதன்மையாக வரிக்கு

முன் லாபம் (PBT) ஆகும்.' மேலும், மேலே கூறப்பட்ட சுற்றறிக்கைக்கு கூடுதலாக, பிரிவு 135க்கான விளக்கமும் அதை தெளிவுபடுத்துகிறது. மேற்கூறிய விவாதத்தில் இருந்து, 'சராசரி நிகர லாபம்' என்ற நோக்கத்திற்காக, பிரிவு 198 இன் படி கணக்கீடு இருக்கும் என்பது தெளிவாகிறது. இருப்பினும், 'நிகர லாபம்' என்ற வார்த்தையின் விளக்கம் குறித்து எந்த தெளிவும் இல்லை. மேலும், உயர்மட்டக் குழுவின் சமீபத்திய அறிக்கையும் இந்த தெளிவின்மையை எடுத்துக்காட்டுவதோடு, "பிரிவு 135(1) மற்றும் பிரிவு 135(5) ஆகியவற்றின் கீழ் நிகர லாபம் குறித்த விளக்கத்தை வழங்குவது அவசியம்" என்று கூறியுள்ளது. மேலும், நிறுவனங்கள் (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014 இன் விதி 2(f) இல் வழங்கப்பட்டுள்ள நிகர லாபத்தின் வரையறை, நிதிநிலை அறிக்கைகளின்படி நிகர லாபம் என்று வெளிப்படையாகக் கூறுகிறது. ஆகையால்,

6. 'எந்த நிதியாண்டும்' என்ற வெளிப்பாட்டின் பொருள்:

பிரிவு 135(1) இல் 'எந்த நிதியாண்டும்' என்ற வெளிப்பாடு பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது மற்றும் இந்த வார்த்தையின் பொருளைப் புரிந்து கொள்ள, பின்வரும் தொடர்புடைய புள்ளிகள்:

நிறுவனங்களின் விதி 3(2) (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014, வழங்குகிறது. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் மூடப்பட்ட நிறுவனமாக உள்ளது சட்டத்தின் பிரிவு 135 இன் துணைப்பிரிவு (1) இன் கீழ் தொடர்ந்து மூன்று நிதியாண்டுகளுக்கு தேவைப்படாது: a) CSR குழுவை

அமைக்க வேண்டும்; மற்றும் b) மேற்கூறிய பிரிவின் துணைப் பிரிவுகள் (2) முதல் (5) வரை உள்ள விதிகளுக்கு இணங்குதல்

ஜூன் 18, 2014 தேதியிட்ட சுற்றறிக்கை பின்வருமாறு வழங்குகிறது: நிறுவனங்களின் (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014 இன் விதி 3(2) உடன் படிக்கப்பட்ட சட்டத்தின் பிரிவு 135 இன் துணைப் பிரிவு (1) இன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள 'எந்த நிதியாண்டும்', 'ஏதேனும் முந்தைய மூன்று நிதியாண்டுகள்.

நிறுவனங்கள் (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014 இன் விதி 3(2) உடன் படிக்கப்பட்ட சட்டத்தின் பிரிவு 135 இன் துணைப் பிரிவு (1) இன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள 'எந்த நிதியாண்டும்' முந்தைய மூன்று நிதியாண்டுகளில் ஏதேனும் ஒன்றைக் குறிக்கிறது.

எனவே, சமீபத்திய தணிக்கை செய்யப்பட்ட நிதிநிலை அறிக்கைகளின்படி, ஒரு நிறுவனம் ஏதேனும் நிதி பலத்தை அடைந்தால், அது நிதி வலிமையைப் பொருட்படுத்தாமல் தொடர்ந்து மூன்று ஆண்டுகளுக்கு CSR குழுவை அமைத்து வைத்திருக்க வேண்டும் என்பது தெளிவாகிறது. மேலும், நான்காவது ஆண்டில், அத்தகைய நிறுவனம் எந்தவொரு நிதி பலத்தையும் பாதிக்கவில்லை என்றால், அத்தகைய நிறுவனம் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.

#### 7 CSR குழுவின் கலவை:

பிரிவு 135(1) இன் படி, மூன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட

இயக்குநர்கள் குறைந்தபட்சம் ஒரு சுயேச்சை இயக்குனராவது உட்பட CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும். எவ்வாறாயினும், சுயாதீன இயக்குனரைக் கொண்டிருக்கத் தேவையில்லாத நிறுவனங்களுக்கு, சுயாதீன இயக்குநர் இல்லாமல் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும் மற்றும் இரண்டு இயக்குநர்கள் மட்டுமே உள்ள தனியார் நிறுவனங்கள், நிறுவனங்களின் விதி 5(1) இல் வழங்கப்பட்டுள்ள இரண்டு இயக்குநர்களுடன் மட்டுமே CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும். கொள்கை) விதிகள், 2014.

8. வாரிய அறிக்கையில் வெளிப்படுத்தல்:விதி 8 உடன் படிக்கப்பட்ட பிரிவு 135(2) இன் படி, பிரிவு 134 இன் கீழ் தயாரிக்கப்பட்ட குழுவின் அறிக்கையில் நிறுவனங்கள் (CSR கொள்கை) விதிகள், 2014 இன் கீழ் பரிந்துரைக்கப்பட்ட இணைப்பின்படி CSR குழுவின் கலவையின் வெளிப்பாடுகள் இருக்கும்.

9. CSR குழுவின் பங்கு: பிரிவு 135(3) இன் படி, CSR குழுவின் பாத்திரங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பின்வருமாறு.

சட்டத்தின் அட்டவணை VII இன் படி செயல்பாடுகளைக் குறிக்கும் ஒரு CSR கொள்கையை உருவாக்கவும், கொள்கையை நிறுவனத்தின் வாரியத்திற்கு பரிந்துரைக்கவும், நடவடிக்கைகளுக்கான செலவினத்தின் அளவைப் பரிந்துரைக்கவும், மற்றும் விதி 5(2) இல் வழங்கப்பட்டுள்ளபடி நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் CSR திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள் அல்லது

செயல்பாடுகளை செயல்படுத்துவதற்கு வெளிப்படையான கண்காணிப்பு பொறிமுறையை நிறுவுவதன் மூலம் CSR கொள்கையை கண்காணிக்கவும்.

10. இயக்குநர்கள் குழுவின் பங்கு: பிரிவு 135(4) இன் படி,

இயக்குநர்கள் குழுவின் பங்கு பின்வருமாறு,

CSR கொள்கையை அங்கீகரிக்கவும்;

பாலிசியின் உள்ளடக்கங்கள் ஏதேனும் இருந்தால், நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் வெளியிடவும்;

CSR கொள்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளன என்பதை உறுதிப்படுத்தவும்.

11. CSR செலவு: பிரிவு 135(5) இன் படி, மூன்று உடனடியாக முந்தைய நிதியாண்டுகளில் நிறுவனத்தின் சராசரி நிகர லாபத்தில் குறைந்தது 2% CSR கொள்கையில் வழங்கப்பட்டுள்ளபடி CSRக்கு எதிராக செலவிடப்பட வேண்டும்.

12. CSR நிதியை செலவிடுவதில் தோல்வி: ஒரு நிறுவனம் CSRக்காக ஒதுக்கப்பட்ட தொகையைச் செலுத்தத் தவறினால், அத்தகைய நிறுவனம் வாரியத்தின் அறிக்கையில் அத்தகைய வெளிப்பாட்டைச் செய்யும். அத்தகைய நிறுவனம் CSR நிதியைச் செலவிடத் தவறியதற்கான காரணத்தையும் குறிப்பிட வேண்டும்.

13. CSR கொள்கை: விதி 4 இன் படி, CSR கொள்கையை உருவாக்கும் போது பின்வரும் புள்ளிகளைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்



(1) CSR கொள்கையானது நிதியாண்டில் நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் செயல்பாடுகளை குறிப்பாக வழங்க வேண்டும்;

(2) CSR கொள்கையானது நிறுவனத்தின் வணிகத்தின் இயல்பான போக்கில் இருக்கும் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்காது;

(3) CSR கொள்கையானது இந்தியாவில் செயல்படுத்தப்படும் செயல்பாடுகள் பிரிவு 135 இன் கீழ் மட்டுமே உள்ளடக்கப்பட வேண்டும்;

(4) நிறுவனத்தின் ஊழியர்களின் நலனுக்கான செயல்பாடுகளை CSR கொள்கை வழங்கலாம். எவ்வாறாயினும், அத்தகைய நடவடிக்கைக்கான இத்தகைய செலவுகள் CSR செலவினமாக கருதப்படாது;

(5) நிறுவனங்கள் கடந்த மூன்று நிதியாண்டுகளின் நிறுவப்பட்ட சாதனைப் பதிவுகளைக் கொண்ட நிறுவனங்கள் மூலம் தங்கள் சொந்த பணியாளர்களின் திறன்களை உருவாக்க முடியும். எவ்வாறாயினும், எந்தவொரு சந்தர்ப்பத்திலும் ஒரு நிதியாண்டில் மொத்த CSR செலவில் 5% க்கு மிகாமல் இருக்க வேண்டும்.

விதி 6 இன் படி, CSR கொள்கையில் பின்வருவன அடங்கும்:

(1) அட்டவணை VII இன் வரம்பில் இடம் பெறும் திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களின் பட்டியல்;

(2) CSR திட்டங்களை செயல்படுத்துவதற்கான வழிமுறைகள்;

(3) CSR திட்டங்களை செயல்படுத்துவதற்கான அட்டவணைகள்;

(4) அத்தகைய திட்டங்களின் கண்காணிப்பு செயல்முறை;

(5) CSR திட்டங்களில் இருந்து எழும் உபரி ஒரு நிறுவனத்தின் வணிக லாபத்தின் ஒரு பகுதியாக இருக்காது என்பதற்கான குறிப்பிட்ட அறிவிப்பு.

#### 14. CSR நடவடிக்கைகள்:

விதி 4 இன் படி, நிறுவனங்கள் மேற்கொள்ளும் செயல்பாடுகள் குறித்து முடிவுகளை எடுக்கும்போது பின்வரும் புள்ளிகளைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

(1) CSR நடவடிக்கைகள் அதன் முறைப்படுத்தப்பட்ட CSR கொள்கையின்படி மேற்கொள்ளப்படும்.

(2) வணிகத்தின் இயல்பான போக்கில் மேற்கொள்ளப்படும் எந்தவொரு செயலையும் நிறுவனத்தின் CSR நடவடிக்கைகள் என குறிப்பிட முடியாது.

(3) அந்தந்த நிறுவனங்களின் CSR கமிட்டிகள் தனித்தனியாக அறிக்கை அளிக்கும் வகையில் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிறுவனங்கள் ஒன்று கூடி தங்கள் CSR கொள்கையின் கீழ் திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களை மேற்கொள்வதற்காக ஒத்துழைக்கலாம்.

(4) எந்தவொரு செயலையும் 'CSR செயல்பாடு' என்று குறிப்பிட, அதுவே இந்தியாவில் மேற்கொள்ளப்படும் மட்டுமே.

(5) நிறுவனங்கள் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளலாம், இது அத்தகைய நிறுவனத்தின் ஊழியர்களுக்கு பயனளிக்கும். எவ்வாறாயினும், அத்தகைய நடவடிக்கைகள் சட்டத்தின் பிரிவு

135 இன் படி CSR செயல்பாடுகளாக கருதப்படாது.

(6) அரசியல் பங்களிப்பை CSR செயல்பாடுகளாகக் கருத முடியாது.

15. அறக்கட்டளை, சமூகம் மற்றும் நிறுவனங்கள் மூலம் CSR u/s பிரிவு 8:விதி 4(2) இன் படி, நிறுவனங்கள் அதன் CSR செலவினங்களை பதிவு செய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை, சமூகம் அல்லது பிரிவு 8 நிறுவனங்கள் மூலம் செலவிடலாம்.

1. இந்த நோக்கத்திற்காக ஒரு அறக்கட்டளை, சமூகம் அல்லது பிரிவு 8 நிறுவனத்தை உருவாக்க நிறுவனங்கள் ஒன்றிணைவதற்கு சட்டம் அனுமதித்துள்ளது. அத்தகைய நிறுவனங்கள் ஒன்றிணைவது அவசியம் ஒன்றுக்கொன்று அசோசியேட், ஹோல்டிங்-துணை உறவு போன்ற சில உறவுகளை வைத்திருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை, எனவே, தொடர்பில்லாத நிறுவனங்கள் கூட இந்த நோக்கத்திற்காக ஒன்றிணையலாம்.

2. நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் 8வது பிரிவின் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை அல்லது மத்திய அரசு அல்லது மாநில அரசால் நிறுவப்பட்ட பதிவு செய்யப்பட்ட சங்கம் அல்லது பாராளுமன்றம் அல்லது மாநில சட்டமன்றத்தின் சட்டத்தின் கீழ் நிறுவப்பட்ட எந்தவொரு நிறுவனம் மூலமாகவும் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளலாம். எவ்வாறாயினும், ஒரு நிறுவனம் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதற்கான மேற்கூறிய விருப்பங்களில் எதையும் தேர்வு செய்யவில்லை என்றால், சட்டத்தின் 8வது பிரிவின் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது

பதிவுசெய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை அல்லது மேலே குறிப்பிடப்பட்டவை அல்லாத பதிவு செய்யப்பட்ட சமூகம் மூலம் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடிவு செய்தால்:

1. அத்தகைய நிறுவனம் அல்லது அறக்கட்டளை அல்லது சமூகம் இதே போன்ற திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களை மேற்கொள்வதில் மூன்று ஆண்டுகள் நிறுவப்பட்ட சாதனைப் பதிவைக் கொண்டிருக்கும்;

2. நிறுவனங்கள் தங்கள் நிதியில் மேற்கொள்ளப்படும் திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களைக் குறிப்பிட்டுள்ளன;

3. நிதியைப் பயன்படுத்துவதற்கான முறைகள்; மற்றும்

4. கண்காணிப்பு மற்றும் அறிக்கையிடல் பொறிமுறை. மேலே கூறப்பட்ட விதிகள் மற்றும் அதன் விளக்கங்கள் CSR விதிகள் பற்றிய தெளிவை வழங்கினாலும், பிரிவு 135 இன் துணைப் பிரிவு (1) மற்றும் (5) நோக்கத்திற்காக 'நிகர லாபம்' என்ற வெளிப்பாட்டின் அர்த்தத்தை விளக்கும் பள்ளிகள் பற்றிய பல்வேறு சிந்தனைகள் உள்ளன. ஆவி

பிரிவு 198.

**CSR நோக்கி வாரிய பொறுப்புகள்**

திCSR இல் வாரியம் மற்றும் அதன் பங்கு - ஒரு கண்ணோட்டம்  
இயக்குநர்கள் குழு CSR இன் நிர்வாகம், கலாச்சாரம் மற்றும் மேலாண்மைக்கு பொறுப்பு மற்றும் மேற்பார்வையிடுகிறது. CSR இன் பங்குதாரர்கள் இயக்குநர்களின் நியமனத்தை அங்கீகரித்து, நிறுவனத்தின் செயல்திறனுக்காக அவர்களைப் பொறுப்பேற்க வேண்டும். நிறுவனத்தில் திறம்பட

கார்ப்பரேட் நிர்வாகக் கட்டமைப்பு செயல்படுவதை உறுதி செய்வதே இயக்குநர்களின் பொறுப்பின் முக்கிய பகுதியாகும்.

பங்குதாரர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், பணியாளர்கள், கடன் வழங்குபவர்கள் மற்றும் பொது மக்களின் நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு, நியாயமான நிதி மற்றும் வளர்ச்சி இலக்குகள் நிர்ணயிக்கப்பட்டு அடையப்படுவதையும், இடர் சரியாக நிர்வகிக்கப்படுவதையும் நிர்வாகக் கட்டமைப்பு உறுதி செய்ய வேண்டும். அத்துடன், CSR இன் பெருநிறுவன ஆளுகை கலாச்சாரம் - எங்கள் வணிகம் செய்யும் முறை - வாரியம் மற்றும் மூத்த நிர்வாகத்தின் தலைமை உட்பட, CSR இன் தொடர்ச்சியான வெற்றிக்கு முக்கியமானது.

இந்த வாரிய சாசனம் CSR வாரியத்தின் செயல்பாடுகளை அமைக்கிறது - வாரியம் மற்றும் அதன் குழுக்களின் அமைப்பு, சுதந்திரத்தின் தேவை மற்றும் இயக்குநர்களின் பிற கடமைகளை விவரிக்கிறது.

#### வாரியத்தின் செயல்பாடுகள்

நிறுவனத்தின் சொத்துக்கள் மற்றும் நற்பெயரைப் பாதுகாக்கும் அதே வேளையில் பங்குதாரர்களுக்கு நிலையான மதிப்பை உருவாக்க வாரியம் பாடுபடுகிறது. அதன் செயல்பாடுகள் அடங்கும்:

- CSR உத்திகள், வரவு செலவுத் திட்டங்கள், திட்டங்கள் மற்றும் பெருநிறுவனக் கொள்கைகளுக்கு ஒப்புதல் அளித்தல்.
- நிர்வாகத்தின் செயல்திறன் மற்றும் வணிக உத்திகளின் தொடர்ச்சியான பொருத்தம் ஆகிய

இரண்டையும் கண்காணிக்க வணிகத் திட்டங்களுக்கு எதிரான செயல்திறனை மதிப்பிடுதல்

- நிறுவனத்தின் நிலையைப் புரிந்து கொள்ள இயக்கத் தகவலை மதிப்பாய்வு செய்தல்.
- முன்மொழியப்பட்ட கையகப்படுத்துதல்கள், விலக்குகள் மற்றும் குறிப்பிடத்தக்க மூலதனச் செலவுகள் குறித்த நிர்வாகப் பரிந்துரைகளைக் கருத்தில் கொண்டு.
- மூலதன மேலாண்மை, பங்கு வெளியீடு அல்லது ஒதுக்கீடு, கடன் வாங்குதல் மற்றும் பிற நிதியுதவி திட்டங்கள், குழு அல்லாத பொறுப்புகள் மற்றும் மறுசீரமைப்புகள் பற்றிய நிர்வாக பரிந்துரைகளை கருத்தில் கொண்டு.
- நிறுவனம் பொருத்தமான கார்ப்பரேட் ஆளுகை கட்டமைப்பை செயல்படுத்துவதை உறுதிசெய்தல், குறிப்பாக CSR அனைத்து விஷயங்களிலும் சட்டரீதியாகவும் பொறுப்புடனும் செயல்படுவதையும், மிக உயர்ந்த நெறிமுறை தரநிலைகள் பராமரிக்கப்படுவதையும் உறுதி செய்கிறது.
- CSR இன் இடர் கட்டமைப்பை அங்கீகரித்தல்மற்றும் பசியின்மை, அத்துடன் CSR இன் இடர் மேலாண்மை உத்தி மற்றும் நிறுவனம் அந்த கட்டமைப்பு மற்றும் பசியின்மைக்குள் செயல்படுகிறதா என்பதைக் கண்காணித்தல்.

- CSR இன் செயல்பாடுகளின் சமூக, நெறிமுறை மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தாக்கத்தை கருத்தில் கொண்டு மற்றும் CSR இன் நிலைத்தன்மை கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளுக்கு இணங்குவதை கண்காணித்தல்.
- நிறுவனத்தின் ஆளுகை செயல்முறைகள், குறிப்பாக, ஊதியம் மற்றும் பிற வெகுமதி கட்டமைப்புகள், நிறுவனத்தின் மதிப்புகள் மற்றும் இடர் பசியுடன் ஒத்துப்போவதை உறுதி செய்தல்.
- கட்டுப்பாட்டாளர்களுடன் ஒரு ஆக்கபூர்வமான மற்றும் தொடர்ந்து உறவைப் பேணுதல், சந்தை மற்றும் பங்குதாரர்களுடன் வெளிப்படுத்துதல் மற்றும் தகவல்தொடர்புகள் தொடர்பான கொள்கைகளுக்கு ஒப்புதல் அளித்தல்.
- உள்ளிட்ட உள் நிர்வாகத்தை கண்காணித்தல்பிரதிநிதித்துவ அதிகாரிகள், மற்றும் மூத்த நிர்வாகிகளுக்குக் கிடைக்கக்கூடிய கண்காணிப்பு ஆதாரங்கள்

பின்வரும் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கிய பரிந்துரைகள் மற்றும் நிர்வாகக் குழுவின் பங்கையும் வாரியம் ஏற்றுக்கொள்கிறது:

- பொருத்தமான அளவு மற்றும் கலவையை தீர்மானித்தல்குழுவின் (நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்பின் படி);
- வாரியத்தில் உள்ள திறன்கள் மற்றும் அனுபவங்களின்

சமநிலையை கண்காணித்தல் மற்றும் தேவைப்படும் போது, பங்குதாரர்களின் ஒப்புதலுக்காக புதிய இயக்குனர்களை நியமித்தல்.

- இயக்குநர்களை நியமனம் செய்வதற்கு பொருத்தமான அளவுகோல்களை (தேவையான மற்றும் விரும்பத்தக்க திறன்கள் மற்றும் அனுபவம்) தீர்மானித்தல்;
- இயக்குநர்களை நியமனம் மற்றும் நீக்குவதற்கான பரிந்துரைகள்;
- வாரிய வாரிசு திட்டங்களை மதிப்பாய்வு செய்தல்.
- நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களுக்கான தூண்டல் மற்றும் தொடர் கல்வித் திட்டங்களை மேற்பார்வை செய்தல்; மற்றும்
- வாரியத்தின் செயல்திறன் மதிப்பீடு.

பட்டியலிடப்பட்ட செயல்பாடுகள், வாரியம் தனக்கென குறிப்பாக ஒதுக்கி வைத்திருக்கும் விஷயங்கள் மற்றும் வாரியத்தின் ஒட்டுமொத்த கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளை மட்டுப்படுத்தாது. வாரியம் தனது கடமைகளை நிறைவேற்ற உதவுவதற்காக, சம்பந்தப்பட்ட நோக்கத்திற்காக பிரத்யேகமாக அமைக்கப்பட்ட வாரியத்தின் குழுவிற்கு பரிசீலனையை வழங்கலாம்.

குறிப்பாக, CSR வாரியத்தின் ஊதியம் மற்றும் மனித வளக் குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:

- நிர்வாக இயக்குநரை நியமித்தல், மதிப்பீடு செய்தல், வெகுமதி அளித்தல் அல்லது நீக்குதல் மற்றும் நியமனங்களுக்கு ஒப்புதல் அளித்தல், தலைமை நிதி அதிகாரி மற்றும் நிறுவனச் செயலர் உட்பட மூத்த நிர்வாகத்தின் ஊதியம் அல்லது நீக்கம்.



- வாரியத்தில் நியமனம் மற்றும் ஓய்வு பெறுவதற்கான விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளை வரையறுத்தல்;
- பங்குதாரர்களால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட மொத்தத் தொகைக்குள், நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களின் ஊதியத்தை நிர்ணயித்தல்.
- CSR இன் ஊதியக் கட்டமைப்பை மேற்பார்வையிடுதல் மற்றும் ஊதியக் கட்டமைப்பானது நிறுவனத்திற்குள் சரியான கலாச்சாரத்தை மேம்படுத்துவதை உறுதி செய்தல்.
- ஓய்வூதிய ஏற்பாடுகளை அங்கீகரித்தல், பணியாளர் பங்குத் திட்டங்களுக்கான வழிகாட்டுதல்கள், ஊதிய ஊக்கக் கொள்கைகள் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பு, தக்கவைத்தல் மற்றும் பணிநீக்கம் செய்யப்பட்ட கொள்கைகள்; மற்றும்
- நிர்வாகிகளுக்கான வாரிசு திட்டத்தை மதிப்பாய்வு செய்தல்.

**இடர் மற்றும் தணிக்கைக் குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:**

- வணிக மற்றும் நிதி அபாயங்கள் மற்றும் அந்நிய செலாவணி, வட்டி விகிதம் மற்றும் பொருட்களின் விலை அபாயங்கள் ஆகியவற்றின் மேலாண்மை மற்றும் மேற்பார்வை பற்றிய கொள்கைகளை அங்கீகரித்தல்.
- கணக்கியல் மற்றும் நிதிப் பதிவுகள் மற்றும் அறிக்கையிடலின் ஒருமைப்பாட்டை பராமரிக்க செயல்முறைகள் மற்றும் கட்டுப்பாடுகளை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்.

வெளிப்புற தணிக்கையாளரின் சுதந்திரம் மற்றும் செயல்திறன் உட்பட.

- நிறுவனத்தின் கொள்கைகள் மற்றும் அதிகார நிலைகள் உட்பட CSR இன் கார்ப்பரேட் ஆளுகை கட்டமைப்பை மதிப்பாய்வு செய்தல்.
- பொது வெளியீட்டிற்கான நிதி முடிவுகள் மற்றும் அறிக்கைகள் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு வழங்கப்பட வேண்டிய ஈவுத்தொகைகளை அங்கீகரித்தல்.

பாதுகாப்பு மற்றும் நிலைத்தன்மை குழுவின் வழிகாட்டுதல்:

- பாதுகாப்பு, தொழில்சார் சுகாதாரம் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் ஆகிய துறைகளில் வணிகத்திற்கான முக்கிய அபாயங்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் கண்காணிப்பது.
- பணியிட சுகாதாரம், பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளை நிர்வகிப்பதற்கான CSR கட்டமைப்பு மற்றும் கொள்கைகளை அங்கீகரித்தல்.
- மேலே உள்ள கட்டமைப்பின் செயல்திறனை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல், மற்றும்
- சுற்றுச்சூழல் மற்றும் நிலைத்தன்மை மற்றும் சமூகத்தில் அதன் செயல்பாடுகளுக்கான CSR இன் மூலோபாய மற்றும் செயல்பாட்டு அணுகுமுறையை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்.

கூடுதலாக, வாரியம் ஒரு குறிப்பிட்ட நேரம் மற்றும் நோக்கத்திற்காக, குறிப்பாக முக்கியமான திட்டம் அல்லது பரிவர்த்தனையை மேற்பார்வையிட ஒரு குழுவை

அமைக்கலாம்.

**நிர்வாகத்திற்கு அதிகாரங்கள் வழங்கப்பட்டுள்ளன**

நிர்வாக இயக்குனரிடம் நிர்வாகத்தின் அதிகாரத்தையும் அதிகாரத்தையும் வாரியம் ஒப்படைக்க வேண்டும்நிறுவனம் மற்றும் அதன் வணிகங்கள் அவ்வப்போது வாரியத்தால் குறிப்பிடப்பட்ட அதிகார மட்டங்களுக்குள். நிர்வாக இயக்குநர் தனது அதிகாரம் மற்றும் அதிகாரத்தின் அம்சங்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தலாம் ஆனால் நிறுவனத்தின் செயல்திறனுக்காக வாரியத்திடம் பொறுப்புக்கூற வேண்டும்.

வாரியத்தால் ஒதுக்கப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு அப்பால், வாரியத்தால் அவ்வப்போது குறிப்பிடப்படும் அதிகார அளவுகளுக்குள் CSR மற்றும் அதன் வணிகத்தை நிர்வகிப்பதற்கான அனைத்து அதிகாரங்களையும் வாரியம் வழங்கியுள்ளது. நிர்வாக இயக்குநர், CSR இன் வணிகப் பிரிவுகளால் மேற்கொள்ளப்படும் முன்னேற்றம் குறித்து வாரியத்திற்குத் தொடர்ந்து அறிக்கை அளிக்க வேண்டும்.

**நிர்வாக இயக்குனரின் பங்கு அடங்கும்:**

- நிர்வாகக் குழுவின் பயனுள்ள தலைமை;
- வணிகத்திற்கான மூலோபாய நோக்கங்களின் வளர்ச்சி;

மற்றும் நாள் முதல் நாள்CSR இன் செயல்பாடுகளின் மேலாண்மை.

**பலகை அமைப்பு**

குழுவின் அமைப்பு, கட்டமைப்பு மற்றும் நடவடிக்கைகள் முதன்மையாக நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்பு (ஒரு நகலை

நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் காணலாம்) மற்றும் நிறுவனம் செயல்படும் அதிகார வரம்புகளில் உள்ள நிறுவனங்களை நிர்வகிக்கும் சட்டங்களால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது.

### **பலகை அமைப்பு**

CSR இன் வணிகங்கள் மற்றும் வாரியத்தின் பொறுப்புகள் தொடர்பான திறமைகள் மற்றும் அனுபவத்தின் பொருத்தமான கலவையுடன் இயக்குநர்கள் குழுவை எல்லா நேரங்களிலும் வாரியம் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

### **இயக்குநர்கள் நியமனம் மற்றும் மறுதேர்வு**

- வாரியத்தில் தேவையான நிபுணத்துவ கலவையை பராமரிக்க தகுந்த திறன்கள் மற்றும் அனுபவமுள்ள வேட்பாளர்களை வாரியம் அடையாளம் காணும்.
- குழுவிற்கு நியமனம் செய்வதற்கு முன், வேட்பாளர்கள் மற்ற கடமைகளின் வெளிச்சத்தில், நிறுவனத்திற்கான தங்கள் கடமைகளை நிறைவேற்ற போதுமான நேரம் இருப்பதை உறுதிப்படுத்துகிறார்கள்.
- இயக்குநர்கள் தேர்தல் அல்லது மறுதேர்தலுக்கு நிற்கும் பங்குதாரர் சந்திப்புகளுக்கு, கூட்டத்தின் அறிவிப்பில் ஒவ்வொரு வேட்பாளரின் வாழ்க்கை வரலாற்று விவரங்களும் இருக்க வேண்டும். திறன்கள், அனுபவம் மற்றும் தகுதிகள்; ஒரு இயக்குநரை (நிறுவனம் மற்றும் பிற இயக்குநர்களுடனான உறவுகளின் விவரங்கள் உட்பட) ஒரு இயக்குநரைத் தேர்ந்தெடுப்பதா அல்லது மறுதேர்வு செய்வதா அல்லது வேண்டாமா என்பது குறித்த முடிவிற்குப் பொருத்தமான அதன் வசம் உள்ள அனைத்து தகவல்களும்; நடத்தப்பட்ட

இயக்குநர்கள்; குறிப்பிடத்தக்க நேரக் கடமைகளை உள்ளடக்கிய பிற பதவிகளின் விவரங்கள்.

- ஏற்கனவே பணியாற்றிய பதவிக் காலம்; வேறு ஏதேனும் தொடர்புடைய தகவல், அத்துடன் சட்டத்தால் தேவைப்படும் விவரங்கள். பொதுக் கூட்டத்தில் தேர்தல் அல்லது மறுதேர்தலுக்கு நிற்கும் இயக்குநர்கள் கூட்டத்தில் பங்குதாரர்களிடம் தங்களை அறிமுகப்படுத்திக் கொள்ளுமாறு கேட்டுக் கொள்ளப்படுவார்கள்.
- புதிய இயக்குனர்கள்நியமனத்தின் விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளை அமைக்கும் முறையான நியமனக் கடிதம், வாரியம் மற்றும் குழு கூட்டங்களின் கால அட்டவணை மற்றும் பிற பொறுப்புகள், நிறுவனத்தைப் பற்றிய தகவல்கள் மற்றும் வாரிய சாசனம் மற்றும் தொடர்புடைய நிறுவனத்தின் கொள்கைகளின் நகல் ஆகியவை வழங்கப்படும். புதிய இயக்குநர்கள் இழப்பீடு, காப்பீடு மற்றும் அணுகல் பத்திரத்தை (1999 இல் பங்குதாரர்களால் அங்கீகரிக்கப்பட்டது) செயல்படுத்த வேண்டும் மற்றும் நிறுவனத்தின் பங்குகளில் பரிவர்த்தனைகள் குறித்து இயக்குநர் உடனடியாக ஆலோசனை வழங்குவதற்கான ஒப்பந்தத்தை நிறைவேற்ற வேண்டும்.
- நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்கள் குறைந்தது மூன்று ஆண்டுகளுக்கு ஒருமுறை சுழற்சி முறையில் மீண்டும் தேர்ந்தெடுக்கப்படுவார்கள். புதிதாக நியமிக்கப்பட்ட இயக்குநர்கள், அவர்களது நியமனத்தைத் தொடர்ந்து பங்குதாரர்களின் முதல் பொதுக் கூட்டத்தில் மறுதேர்தலை நாட

வேண்டும். பத்தாண்டுகள் பணியாற்றிய பிறகு இயக்குநர்கள் மறுதேர்தலை நாட மாட்டார்கள்.

### தலைவர்

தலைவர் குழுவால் தேர்ந்தெடுக்கப்படுவார் மற்றும் ஒரு சுயாதீன நிர்வாக இயக்குனராக இருக்க வேண்டும்.

### தலைவர் யின் பங்கு:

- அனைத்து வாரிய விவகாரங்கள் தொடர்பாக வாரியத்திற்கு பயனுள்ள தலைமையை வழங்குதல்;
- வாரியத்தின் கருத்துக்களை பொதுமக்களுக்கு பிரதிநிதித்துவப்படுத்துதல்;
- முழுவதும் வழக்கமான வாரியக் கூட்டங்களைக் கூட்டுதல் ஆண்டு மற்றும் கூட்டங்களின் நிமிடங்கள் எடுக்கப்பட்ட முடிவுகளை துல்லியமாக பதிவு செய்வதை உறுதி செய்தல் மற்றும் பொருத்தமான இடங்களில் தனிப்பட்ட இயக்குநர்களின் கருத்துக்கள்;
- அனைத்து வாரியக் கூட்டங்களின் நிகழ்ச்சி நிரல் மற்றும் நடத்தைக்கு வழிகாட்டுதல்;
- நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்கள் மற்றும் வாரியத்தின் செயல்திறனை மதிப்பாய்வு செய்தல்;
- நிர்வாகமற்ற இயக்குனர் மற்றும் மூத்த நிர்வாக வாரிசுகளை மேற்பார்வை செய்தல்; மற்றும்
- வாரியத்திற்கும் நிர்வாகத்திற்கும் இடையே ஆலோசனை, உற்பத்தி மற்றும் வெற்றிகரமான உறவுகளை மேம்படுத்துதல்.

அமைச்சகத்தால் வழங்கப்பட்ட வழிகாட்டுதல்கள் மற்றும் அறிவிப்பு:

GSR 715(E)நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 (18 இன் 2013) பிரிவு 135 மற்றும் துணைப் பிரிவுகள் (1) மற்றும் (2) பிரிவு 469 (18 இன்

2013) இன் கீழ் வழங்கப்பட்டுள்ள அதிகாரங்களைப் பயன்படுத்தி, மத்திய அரசு பின்வரும் விதிகளை மேலும் உருவாக்குகிறது.

நிறுவனங்கள் (கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) விதிகள், 2014ஐத் திருத்தவும், அதாவது: -

1. குறுகிய தலைப்பு மற்றும் ஆரம்பம். - (1) இந்த விதிகளை நிறுவனங்கள் (கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) திருத்த விதிகள், 2022 என்று அழைக்கலாம்.

(2) அவை அதிகாரப்பூர்வ அரசிதழில் வெளியிடப்பட்ட தேதியில் நடைமுறைக்கு வரும்.

2. நிறுவனங்கள் (கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) விதிகள், 2014 (இனிமேல் கூறப்பட்ட விதிகள் என குறிப்பிடப்படுகிறது), விதி 3 இல், -

(i) துணை விதி (1) இல், பின்வரும் விதிகள் செருகப்படும், அதாவது: "மேலும், பிரிவு 135 இன் துணைப்பிரிவு (6) இன் படி, செலவழிக்கப்படாத நிறுவன சமூகப் பொறுப்புக் கணக்கில் ஏதேனும் தொகையை வைத்திருக்கும் நிறுவனம், CSR குழுவை அமைத்து, துணைப் பிரிவுகள் (2) முதல் (6) வரை உள்ள விதிகளுக்கு இணங்க வேண்டும். கூறப்பட்ட பிரிவு."

(ii) துணை விதி (2) தவிர்க்கப்படும்.

3. கூறப்பட்ட விதிகளில், விதி 4ல், துணை விதி (1) க்கு, பின்வரும் துணை விதி மாற்றியமைக்கப்படும், அதாவது: -

'(1) CSR நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுவதை வாரியம் உறுதி செய்யும்

நிறுவனமே அல்லது அதன் மூலம் -

(a) சட்டத்தின் பிரிவு 8 இன் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனம், அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட பொது அறக்கட்டளை அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட சமூகம், பிரிவு 10 இன் உட்பிரிவுகள் (iv), (v), (vi) அல்லது (வழியாக) பிரிவு (23C) இன் கீழ் விலக்களிக்கப்பட்டது அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்டது பிரிவு 12A இன் கீழ் மற்றும் நிறுவனத்தால் நிறுவப்பட்ட வருமான வரிச் சட்டம், 1961 (43 இன் 1961) இன் 80 G இன் கீழ் அங்கீகரிக்கப்பட்டது, தனித்தனியாக அல்லது வேறு ஏதேனும் நிறுவனத்துடன்; அல்லது

(b) சட்டத்தின் 8வது பிரிவின் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை அல்லது மத்திய அரசு அல்லது மாநில அரசால் நிறுவப்பட்ட பதிவு செய்யப்பட்ட சங்கம்; அல்லது

(c) பாராளுமன்றம் அல்லது மாநில சட்டமன்றத்தின் சட்டத்தின் கீழ் நிறுவப்பட்ட எந்தவொரு நிறுவனம்; அல்லது

(d) சட்டத்தின் பிரிவு 8 இன் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனம், அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட பொது அறக்கட்டளை அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட சமூகம், பிரிவு 10 இன் உட்பிரிவுகள் (iv), (v), (vi) அல்லது (வழியாக) பிரிவு (23C) இன் கீழ் விலக்களிக்கப்பட்டது அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்டது பிரிவு 12A இன் கீழ் மற்றும் வருமான வரிச் சட்டம், 1961 இன் 80 G இன் கீழ் அங்கீகரிக்கப்பட்டது, மேலும் இதே போன்ற



நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதில் குறைந்தபட்சம் மூன்று ஆண்டுகள் நிறுவப்பட்ட சாதனைப் பதிவு.

விளக்கம்.- உட்பிரிவு (c) இன் நோக்கத்திற்காக, "நிறுவனம்" என்பது, சட்டத்தின் அட்டவணை VII-ல் உள்ளடக்கப்பட்ட நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதற்காக பாராளுமன்ற அல்லது மாநில சட்டமன்றத்தின் சட்டத்தின் கீழ் அமைக்கப்பட்ட ஒரு சட்டப்பூர்வ அமைப்பு என்று பொருள்படும்.'

4. கூறப்பட்ட விதிகளில், விதி 8ல், துணை விதியில் (3), பிரிவில் (c):-

- (i) "ஐந்து சதவிகிதம்", "இரண்டு சதவிகிதம்" என்ற வார்த்தைகளுக்கு மாற்றப்படும்;
- (ii) "எது குறைவானது" என்ற வார்த்தைகளுக்கு, "எது உயர்ந்தது" என்ற வார்த்தைகளாக இருக்கும் மாற்றப்பட்டது.

5. கூறப்பட்ட விதிகளில், இணைப்பு-II க்கு, பின்வரும் இணைப்பு மாற்றப்படும், அதாவது: -

**நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் கீழ் CSR விதிகளுக்கு இணங்காததற்காக அபராதம்**

சட்டத்தின் 135 பிரிவின் கீழ் இணங்காததற்கு குறிப்பிட்ட தண்டனை விதி எதுவும் இல்லை. இருப்பினும், இரண்டு வெவ்வேறு விதிகளின் கீழ் ஆபத்து வெளிப்பாடு உள்ளது.

A. பிரிவு 134(3)& பிரிவு 134(8) (CSR கொள்கை பற்றிய விவரங்களை வெளியிடாமல் இருப்பது அல்லது வாரியங்களின் அறிக்கையில் செயல்படுத்துவது அபராதம் விதிக்கும்) பிரிவு 134(3)&(o) தொடர்புடைய அனைத்தையும் வெளிப்படுத்த அதன்

CSR கொள்கை மற்றும் வருடாந்திர அடிப்படையில் செயல்படுத்துவது பற்றிய தகவல்கள். பிரிவு 134(8) மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி கடமையை நிறைவேற்றாததற்காக அபராதங்கள்;

1. அபராதம், ஐம்பதாயிரம் ரூபாய்க்கு குறையாமல், இருபத்தைந்து லட்சம் ரூபாய் வரை நீட்டிக்கப்படலாம்; மற்றும்
2. தவறிழைக்கும் நிறுவனத்தின் ஒவ்வொரு அதிகாரிக்கும் மூன்று ஆண்டுகள் வரை சிறைத்தண்டனை விதிக்கப்படும் அல்லது ஐம்பதாயிரம் ரூபாய்க்குக் குறையாத அபராதம் ஐந்து லட்சம் ரூபாய் வரை நீட்டிக்கப்படலாம் அல்லது இரண்டும் விதிக்கப்படும்.

B. பிரிவு 450 & 451 விதிகளை மீறுதல் மற்றும் குற்றங்களை மீண்டும் செய்தல் ஆகியவற்றுக்கான பொதுவான தண்டனைகள்- அபராதம் 450 பத்தாயிரம் ரூபாய் (ரூ. 10,000/-), மற்றும்

விதிமீறல் தொடர்ந்தால், முதல் நாளுக்குப் பிறகு ஒவ்வொரு நாளுக்கு ஆயிரம் ரூபாய் (ரூ. 1,000/-) அபராதம். பிரிவு 451 இன் படி, தவறிழைத்தவர் அபராதம் அல்லது சிறைத்தண்டனையுடன் தண்டிக்கப்படுவார், மேலும் அதே குற்றம் இரண்டாவது அல்லது அதற்குப் பிறகு மூன்று ஆண்டுகளுக்குள் செய்யப்பட்டால், அந்த நிறுவனமும் அதன் ஒவ்வொரு அதிகாரியும் தவறிழைக்க வேண்டும். அத்தகைய குற்றத்திற்காக வழங்கப்படும் எந்த சிறைத்தண்டனைக்கும் கூடுதலாக இரண்டு மடங்கு அபராதம்.

### யூனிட் III

CSR செயல்பாடுகளின் நிர்வாகம்: CSR குழுவின் கூட்டம் - CSR அறிக்கை தயாரித்தல்- குழு கூட்டத்தில் CSR அறிக்கையை இடுதல் - CSR நோக்கிய குழு பொறுப்பு - CSR திட்ட மேலாண்மை அணுகுமுறை - CSR திட்டங்களின் மதிப்பீடு - CSR பங்குதாரர் தொடர்பு, உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு - CSR மற்றும் இடர் மேலாண்மை - நிறுவனமாக CSR பிராண்ட் கட்டிடம்.

## CSR கமிட்டியின் கூட்டம்

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது பொது சமூகத்தின் பொருளாதாரம், சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக நலனுக்கான ஒரு நிறுவனத்தின் முன்முயற்சி மற்றும் பங்களிப்பைக் குறிக்கிறது. நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 135, CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளவும் கண்காணிக்கவும் ஒரு நிறுவனம் CSR குழுவை அமைக்க வேண்டும்.

நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 135(1) இன் படி பிரிவு 135 இன் பொருந்தும்

ஒவ்வொரு நிறுவனமும் உள்ளது

- நிகர மதிப்பு ரூபாய்ஐநூறு கோடி அல்லது அதற்கு மேல், அல்லது
- ஆயிரம் கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேல் விற்றுமுதல், அல்லது
- ஐந்து கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேல் நிகர லாபம்

எந்தவொரு நிதியாண்டிலும் வாரியத்தின் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புக் குழு அமைக்கப்படும்.

CSR கமிட்டி அமைப்பதற்கான கால வரம்பு:

CSR கமிட்டியை அமைப்பதற்கு சட்டத்தின் கீழ் காலவரையறை எதுவும் விதிக்கப்படவில்லை. எவ்வாறாயினும், நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் பிரிவு 135 இன் விதிகள் எந்தவொரு நிறுவனத்திற்கும் பொருந்தினால், தேவையான விதிகள் பொருந்திய பிறகு, இயக்குநர்கள் குழுவின் முதல் கூட்டத்தில் CSR குழு அமைக்கப்பட வேண்டும்.

CSR குழுவின் மொத்த உறுப்பினர்கள்: CSR கமிட்டியில் 3 (மூன்று) அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்கள் இருக்க வேண்டும், அவர்களில் ஒரு இயக்குனராவது ஒரு சுயாதீன இயக்குனராக இருக்க வேண்டும்.

CSR கமிட்டியில் சுயேச்சை இயக்குனராக இருப்பதில் இருந்து தளர்வு:

பட்டியலிடப்படாத அனைத்து பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனங்களிலும், சுயாதீன இயக்குனரை நியமனம் செய்வது கட்டாயமில்லை, அவற்றின் CSR குழுவில் சுயாதீன இயக்குனரைக் கொண்டிருப்பதில் இருந்து விலக்கு அளிக்கப்படுகிறது.

பின்வரும் நிறுவனங்களில் சுயாதீன இயக்குநர்கள் இருக்க வேண்டும்

பலகை.

1. பட்டியலிடப்பட்ட ஒவ்வொரு பொது நிறுவனமும் 2. பட்டியலிடப்படாத பொது நிறுவனம், பொது நிறுவனங்களின் எந்த வகையிலும் குறைந்தபட்சம் சுயாதீன இயக்குநர்களின் எண்ணிக்கையை மத்திய அரசு பரிந்துரைக்கலாம். இருப்பினும், நிறுவனங்களின் விதி 4 (இயக்குனர்கள் நியமனம் மற்றும் தகுதி) விதிகள், 2014ன் படி,

பின்வரும் வகை நிறுவனங்களில் குறைந்தபட்சம் 2 இயக்குநர்கள் சுயாதீன இயக்குநர்களாக இருக்க வேண்டும்.

௬. செலுத்தப்பட்ட பங்கு மூலதனம் கொண்ட பொது

நிறுவனங்கள். 10 கோடி அல்லது அதற்கு மேல். ரூ. விற்றுமுதல் கொண்ட பொது நிறுவனங்கள். 100 கோடி அல்லது அதற்கு மேல். பொது நிறுவனங்கள் மொத்த நிலுவையில் உள்ள கடன்கள், கடன் பத்திரங்கள் மற்றும் வைப்புத்தொகைகள், ரூ. 50 கோடி சிஎஸ்ஆர் கமிட்டி பிரைவேட் லிமிடெட் நிறுவனங்களில் 3 இயக்குநர்கள் இருந்து தளர்வு, 2 இயக்குநர்கள் மட்டுமே தங்கள் குழுவில் உள்ளனர், மேலும் சிஎஸ்ஆர் கமிட்டிக்கு 3 இயக்குநர்கள் இருக்க விலக்கு அளிக்கப்பட்டுள்ளது, அதாவது, தனியார் லிமிடெட் நிறுவனங்கள் 2 இயக்குநர்கள் கொண்ட சிஎஸ்ஆர் கமிட்டியை அமைக்க முடியும். வெளிநாட்டு நிறுவனமாக இருந்தால், வெளிநாட்டு நிறுவனங்களில்,

CSR குழுவில் குறைந்தபட்சம் இரண்டு நபர்கள் இருக்க வேண்டும், அவர்களில் ஒருவர் 2013 சட்டத்தின் 380(1) பிரிவின் கீழ் குறிப்பிடப்படுவார் மற்றும் மற்றொரு நபர் வெளிநாட்டு நிறுவனத்தால் பரிந்துரைக்கப்படுவார்.

"கமிட்டிகள் வாரியத்தால் நிர்ணயிக்கப்பட்ட குறைந்தபட்ச எண்ணிக்கை மற்றும் அதிர்வெண்ணிற்கு உட்பட்டு அல்லது ஏதேனும் சட்டம் அல்லது அதிகாரத்தால் பரிந்துரைக்கப்பட்டபடி தேவைப்படும் போது அடிக்கடி கூடும்."

**CSR கூட்டங்களுக்கான கோரம்:**

கமிட்டி கூட்டத்திற்கு சட்டம் அமைதியாக உள்ளது. ஆனால் செயலக தரநிலை 1 இன் படி, "சட்டத்திலோ

அல்லது வேறு ஏதேனும் சட்டத்திலோ அல்லது சட்டத்திலோ குறிப்பிடப்பட்டாலன்றி, வாரியத்தால் அமைக்கப்பட்ட எந்தவொரு குழுவின் (CSR குழுவிற்கும் பொருந்தும்) அனைத்து உறுப்பினர்களின் முன்னிலையும் அத்தகைய குழுவின் கூட்டங்களுக்கான குழுவை உருவாக்குவது அவசியம். கட்டுரைகள் அல்லது வாரியத்தால்.

**தீர்மானம் நிறைவேற்றுதல்:**

CSR கமிட்டி கூட்டம் புழக்கத்தில் தீர்மானம் நிறைவேற்றுவதன் மூலம் வணிகத்தை நடத்தலாம்.

**CSR அறிக்கை தயாரித்தல்**

**வாரியக் கூட்டத்தில் CSR அறிக்கை**

1, நிறுவனத்தின் நிதிச் சுருக்கம் அல்லது சிறப்பம்சங்கள்/செயல்திறன் (தனி): குழுவின் அறிக்கை நிலைப்பாட்டின் அடிப்படையில் தயாரிக்கப்படும்-

நிறுவனத்தின் நிதி அறிக்கைகள் மட்டுமே. நடப்பு ஆண்டு மற்றும் முந்தைய ஆண்டுக்கான நிதித் தரவு (ஏற்கனவே இருக்கும் நிறுவனத்தில்) கடன் நிலுவை ஒதுக்கீட்டின் விவரங்களுடன் (முந்தைய ஆண்டிலிருந்து முன்வைக்கப்பட்ட நிலுவைத் தொகை உட்பட) சுருக்கப்பட்ட படிவத்தில் குறிப்பிடப்பட வேண்டும். இது வரி விதிகள், முன்மொழியப்பட்ட ஈவுத்தொகை மற்றும் ஈவுத்தொகை வரி மற்றும் இருப்புநிலைக் குறிப்பிற்கு கொண்டு செல்லப்பட வேண்டிய இருப்பு (கிரெடிட்/டெபிட்)

ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

2. ஈவுத்தொகை: வருடத்தில் ஒதுக்கப்பட்ட பல்வேறு வகைப் பங்குகள் மற்றும் பங்குகளின் ஈவுத்தொகை விகிதத்தைக் குறிப்பிடும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட ஈவுத்தொகையின் அறிக்கை அளிக்கப்பட வேண்டும். ஈவுத்தொகை பரிந்துரைக்கப்படவில்லை எனில், அதற்கான காரணங்களை தெரிவிக்க வேண்டும்.

3. கையிருப்பு: ஏதேனும் இருப்புக்களுக்கு வாரியம் எடுத்துச் செல்ல உத்தேசித்துள்ள தொகைகள் ஏதேனும் இருந்தால் கொடுக்கப்பட வேண்டும்.

4. நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டில் ஆண்டு/நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் பற்றிய சுருக்கமான விளக்கம்:

ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பிரிவுகள் இருந்தால், பிரிவு வாரியாக பணி விவரங்கள் கொடுக்கப்பட வேண்டும். தவிர, நடப்பு ஆண்டுகளின் பணி விவரங்கள் மற்றும் நிறுவனத்தின் பணியின் எதிர்கால வாய்ப்புகள் ஆகியவையும் கொடுக்கப்பட வேண்டும். முந்தைய ஆண்டுடன் ஒப்பிடுகையில் முன்னேற்றம் / மனச்சோர்வடைந்த முடிவுகளுக்கான காரணங்களை நியாயப்படுத்தும் அறிக்கையும் வழங்கப்பட வேண்டும்.

5. நிதிநிலை அறிக்கைகள் தொடர்புடைய நிறுவனத்தின் நிதியாண்டின் இறுதிக்கும் அறிக்கையின் தேதிக்கும்



இடையே ஏற்பட்ட பொருள் மாற்றங்கள் மற்றும் உறுதிப்பாடுகள், ஏதேனும் இருந்தால், நிறுவனத்தின் நிதி நிலையை பாதிக்கிறது. நிறுவனத்தின் நிதியாண்டின் முடிவிற்குப் பிறகு, இருப்புநிலை அறிக்கையின் தேதி மற்றும் வரிப் பொறுப்புகளைத் தீர்ப்பது, காப்புரிமை உரிமைகளின் செயல்பாடு, முதலீடுகளின் சந்தை மதிப்பில் மந்தநிலை, அல்லது அதற்கு எதிராக வழக்குகள் நிறுவுதல் போன்ற பொருள் மாற்றங்கள் நிகழ்ந்தன. நிறுவனம், மூலதன சொத்துக்களை விற்பனை செய்தல் அல்லது வாங்குதல் அல்லது ஏதேனும் சொத்துக்களை அழித்தல் போன்றவை.

7. கட்டுப்பாட்டாளர்கள் அல்லது நீதிமன்றங்கள் அல்லது தீர்ப்பாயங்கள் மூலம் பிறப்பிக்கப்படும் குறிப்பிடத்தக்க மற்றும் முக்கியமான உத்தரவுகளின் விவரங்கள், எதிர்காலத்தில் நடந்துகொண்டிருக்கும் கவலை நிலை மற்றும் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளை பாதிக்கும்.

8. நிதி அறிக்கைகள் தொடர்பான உள் நிதிக் கட்டுப்பாடுகளின் போதுமான அளவு தொடர்பான விவரங்கள். (பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனத்திற்குப் பொருந்தும்)

9. துணை/கூட்டு நிறுவனங்கள்/ இணை நிறுவனங்களின் விவரங்கள்: துணை நிறுவனம் பற்றிய அறிக்கை கொடுக்கப்பட உள்ளது. வருடத்தில் அதன் துணை

நிறுவனங்கள், கூட்டு முயற்சிகள் அல்லது இணை நிறுவனங்களாக மாறிய அல்லது நிறுத்தப்பட்ட நிறுவனங்களின் பெயர்கள்.

10. ஒருங்கிணைந்த நிதிநிலை அறிக்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள ஒவ்வொரு துணை நிறுவனங்கள், கூட்டாளிகள் மற்றும் கூட்டு நிறுவனங்களின் செயல்திறன் மற்றும் நிதி நிலை. வாரியத்தின் அறிக்கையில் ஒரு தனிப் பிரிவு இருக்கும், அதில் ஒருங்கிணைந்த நிதிநிலை அறிக்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள ஒவ்வொரு துணை நிறுவனங்கள், கூட்டாளிகள் மற்றும் கூட்டு நிறுவனங்களின் செயல்திறன் மற்றும் நிதி நிலை குறித்த அறிக்கை சமர்ப்பிக்கப்படும்.

11. வைப்புத்தொகை: சட்டத்தின் V அத்தியாயத்தின் கீழ் உள்ளடக்கப்பட்ட வைப்புத்தொகை தொடர்பான விவரங்கள்,-

(a) ஆண்டில் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது;

(b) ஆண்டின் இறுதியில் செலுத்தப்படாமல் அல்லது உரிமை கோரப்படாமல் இருந்தது;

(c) அந்த ஆண்டில் வைப்புத் தொகையைத் திருப்பிச் செலுத்துவதில் அல்லது அதற்கான வட்டியை செலுத்துவதில் ஏதேனும் தவறு நடந்துள்ளதா மற்றும் அப்படியானால், அத்தகைய வழக்குகளின் எண்ணிக்கை மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட மொத்தத் தொகை-

(i) ஆண்டின் தொடக்கத்தில்;

(ii) ஆண்டில் அதிகபட்சம்

(iii) ஆண்டின் இறுதியில்;

சட்டத்தின் V அத்தியாயத்தின் தேவைகளுக்கு இணங்காத வைப்புத்தொகைகளின் விவரங்கள்;

12. சட்டப்பூர்வ தணிக்கையாளர்கள்: நிறுவனத்தின் சட்டப்பூர்வ தணிக்கையாளர்கள் பற்றிய விவரங்கள், அந்த ஆண்டில் செய்யப்பட்ட மாற்றங்கள், தற்போதுள்ள தணிக்கையாளர்(கள்) மறுநியமனம் செய்வதற்குத் தகுதியானவர்களா என்பது போன்ற விவரங்கள்.

13. தணிக்கையாளர் அறிக்கை: தணிக்கையாளர் தனது அறிக்கையில் ஒவ்வொரு தகுதி, இடஒதுக்கீடு அல்லது பாதகமான கருத்து அல்லது பொறுப்புத் துறப்பு குறித்து வாரியத்தின் விளக்கங்கள் அல்லது கருத்துகள் கொடுக்கப்படும்.

14. பங்கு மூலதனம்

A) வேறுபட்ட உரிமைகள் கொண்ட சமபங்கு பங்குகளை வழங்குதல்: நிறுவனங்களின் விதி (4) இல் வழங்கப்பட்டுள்ள விவரங்கள், வேறுபட்ட உரிமைகளுடன் கூடிய சமபங்குகளின் வெளியீடு முடிவடைந்த நிதியாண்டிற்கான வாரியத்தின் அறிக்கையில் இயக்குநர்கள் குழு மற்றொன்றுக்கு இடையில் வெளியிட வேண்டும். (பங்கு மூலதனம் மற்றும் கடன் பத்திரங்கள்) விதிகள், 2014.

B) வியர்வை ஈக்விட்டி பங்குகளின் வெளியீடு

CSR அறிக்கை என்றால் என்ன?

ஒரு வணிகம் அது செயல்படும் சமூகம் மற்றும் சூழலுக்கு பொறுப்பு உள்ளது. பல வணிகங்கள் சமூகப்

பொறுப்புடன் பயன்படுத்த முயற்சி செய்கின்றனதிமூன்று கீழ் வரி - மூலோபாய முன்னுரிமைகளை தீர்மானிக்க அதன் இலாபங்களுக்கு கூடுதலாக, மக்கள் மற்றும் கிரகத்தின் மீது ஒரு நிறுவனத்தின் தாக்கம்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) அறிக்கை என்பது CSR முயற்சிகள் மற்றும் அவற்றின் தாக்கத்தைத் தொடர்புகொள்வதற்கு நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தும் உள் மற்றும் வெளிப்புற ஆவணமாகும். திசுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூகம். ஒரு நிறுவனத்தின் CSR முயற்சிகள் விழலாம்நான்கு பிரிவுகள் சுற்றுச்சூழல், நெறிமுறை, பரோபகாரம் மற்றும் பொருளாதாரம். சில நாடுகளில், பெருநிறுவனங்கள் ஆண்டுதோறும் CSR அறிக்கைகளை வெளியிடுவது கட்டாயமாகும்.

CSR அறிக்கைகள் பொதுவாக டிஜிட்டல் வடிவத்தில் எளிதாக விநியோகிக்கப்படுகின்றன, ஆனால் அவை அச்சிடப்பட்டு பங்குதாரர்களுக்கு நேரில் வழங்கப்படலாம். ஒரு CSR அறிக்கையின் தளவமைப்பு நேரடியான உரை ஆவணத்திலிருந்து வடிவமைக்கப்பட்ட, பார்வையைத் தூண்டும் பாக்கெட் வரை இருக்கும்.

## CSR அறிக்கைகள் ஏன் முக்கியம்?

CSR அறிக்கைகள் என்பது ஒரு நிறுவனம் அதன் நோக்கம், முயற்சிகள் மற்றும் விளைவுகளை வெளி மற்றும் உள் பங்குதாரர்களுக்குத் தெரிவிக்கும் ஒரு வழியாகும். பணியாளர்கள், முடிவெடுப்பவர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு கூடுதலாக, இதில் வாடிக்கையாளர்கள், உள்ளூர் சமூகம் மற்றும் சமூகம் ஆகியவை அடங்கும்.

ஒரு நிறுவனம் அதன் CSR முயற்சிகளில் தைரியமாகவும் வெற்றிகரமானதாகவும் இருந்தால், அதன் CSR அறிக்கையை வெளியிடுவது, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மக்கள் தொடர்பு நிகழ்வைப் போலவே ஒரு தகவல் தொடர்பு கருவியாகும். குறிப்பாக கட்டாய வழிகாட்டுதல்கள் இல்லாததால், நிறுவனத்தின் சாதனைகளை முன்னிலைப்படுத்தவும், பிராண்டின் அடையாளத்தில் சமூகப் பொறுப்பை உருவாக்கவும் நிறுவனம் இந்த அறிக்கைகளைப் பயன்படுத்தலாம்.

வருடாந்திர அடிப்படையில் CSR அறிக்கையை வெளியிடுவதும் பொறுப்புணர்வை உருவாக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, நிறுவனம் அதன் 2021 CSR அறிக்கையில் 2025 ஆம் ஆண்டிற்குள் கார்பன் நியூட்ரல் ஆக இருக்க வேண்டும் என்ற இலக்கை வெளியிட்டால், அந்த இலக்கை நிறைவேற்ற ஊழியர்கள் உந்துதல் பெறுவதற்கான

வாய்ப்புகள் உள்ளன, எனவே அதன் நிறைவு 2025 அறிக்கையில் குறிப்பிடப்படலாம். ஒரு இலக்கை அதன் உத்தேசித்த காலக்கட்டத்தில் அடையவில்லை என்றால், CSR அறிக்கையிடல் செயல்முறையானது, திட்டம் எவ்வாறு செயலிழந்தது மற்றும் யதார்த்தமான காலக்கெடுவில் இலக்கை மறுசீரமைத்து நிறைவேற்ற என்ன செய்ய முடியும் என்பதை ஆய்வு செய்யத் தூண்டும்.

### நிறுவனத்தின் CSR முயற்சிகளை மேம்படுத்துதல்

CSR அறிக்கைகள் வணிகத்தின் முயற்சிகள், இலக்குகள் மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கும் சமூகத்திற்கும் உதவுவதற்கான திட்டங்களையும், இதுவரை அது ஏற்படுத்திய தாக்கத்தையும் தொடர்புகொள்வதற்கான ஒரு சிறந்த வழியாகும். எவ்வாறாயினும், வணிகம் அதன் சமூகப் பொறுப்பு முயற்சிகளை இன்னும் தொடங்கவில்லை என்றால், அது ஒருபோதும் தாமதமாகாது.

பந்து உருளப்பட்டதும், நிறுவனத்தின் முயற்சிகளை கோடிட்டுக் காட்டும் CSR அறிக்கையை வடிவமைக்கவும். இது ஒரு சில பக்கங்கள் நீளமாக இருந்தாலும், நிறுவனத்தின் முயற்சிகள், தாக்கம் மற்றும் திட்டங்களை விளக்குவது நேரத்திற்கு மதிப்புள்ளது. ஓட்டினால்

நோக்கம் மற்றும் தெளிவான திட்டம், மற்றவர்கள் அதைப் பற்றி படித்து, பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பை நோக்கிய பயணத்தில் வணிகத்தை ஆதரிக்கலாம்.

**CSR அறிக்கையை எழுதுவது எப்படி:**

**1 உங்கள் அறிக்கையை கட்டமைத்தல்**

**உங்கள் அறிக்கையின் மேல் ஒரு நிர்வாகச் சுருக்கத்தைச் சேர்க்கவும்.**

வெவ்வேறு காரணங்களுக்காக வெவ்வேறு நபர்கள் CSR அறிக்கைகளைப் படிக்கிறார்கள். உங்கள் நிர்வாகச் சுருக்கமானது, விரைவான கண்ணோட்டத்தைப் பெற விரும்புவோருக்கு, உங்கள் அறிக்கையின் முக்கியக் குறிப்புகளை அனைத்து வாசகர்களுக்கும் விரைவாகத் தருகிறது.

ஒரு வாக்கியம் அல்லது இரண்டு வாக்கியங்களுடன் உங்கள் நிறுவனம் நிர்ணயித்த இலக்குகளை சுருக்கமாக பட்டியலிடவும். உங்கள் நிறுவனம் ஏதேனும் சவால்களை எதிர்கொண்டால், அந்தச் சவால்களை உங்கள் நிறுவனம் எவ்வாறு எதிர்கொள்ளத் திட்டமிடுகிறது என்பதற்கான சுருக்கமான அறிக்கையுடன், உங்கள் நிர்வாகச் சுருக்கத்தில் அவற்றைக் குறிப்பிடுவது நல்லது.

அறிக்கையில் விவாதிக்கப்பட்ட சிக்கல்களைக் கையாளுவதற்கு நேரடியாகப் பொறுப்பான ஊழியர்களின் பெயர்கள் உட்பட, உங்கள் நிர்வாகச் சுருக்கத்திற்குப் பிறகு உடனடியாக தொடர்புத் தகவலை வைக்கவும். உங்களிடம்

இருந்தால், உங்கள் மக்கள் தொடர்பு பிரதிநிதியின் பெயர் மற்றும் தொடர்புத் தகவல்களையும் நீங்கள் சேர்க்கலாம்.

**அறிக்கைக்காக கிளிக் செய்யக்கூடிய உள்ளடக்க அட்டவணையை வழங்கவும்.**

உங்கள் நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் உங்கள் CSR அறிக்கையை வெளியிடுகிறீர்கள் எனில், வாசகர்கள் தாங்கள் படிக்க விரும்பும் பகுதிக்கு நேரடியாகச் செல்ல உள்ளடக்க அட்டவணையில் கிளிக் செய்யும் வகையில் அதை அமைக்கவும். இது உங்கள் அறிக்கையை அணுகக்கூடியதாக ஆக்குகிறது மற்றும் மக்கள் தங்கள் தேவைகளுக்கு ஏற்ப அதைத் தவிர்க்க அனுமதிக்கிறது. ஒவ்வொரு நிலைத்தன்மை பிரச்சினைக்கு ஏற்ப உங்கள் அறிக்கையை ஒழுங்கமைக்கவும்.

ஒவ்வொரு இதழுக்கும், உள்ளடக்கிய பகுதிகளைச் சேர்க்கவும்.

- அந்த சிக்கலின் விளக்கம் மற்றும் உங்கள் நிறுவனத்திற்கு அதன் பொருத்தம்
- அந்தப் பிரச்சினை தொடர்பான உங்கள் நிறுவனத்தின் இலக்குகள்
- உங்கள் வரையறைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் விளக்கம்
- அந்த இலக்குகளை நோக்கி உங்கள் நிறுவனத்தின் முன்னேற்றத்தின் அறிக்கை
- ஏதேனும் சவால்கள் அல்லது குறைபாடுகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கான செயல் திட்டம்



**உங்கள் அறிக்கையை தொடர்ந்து வடிவமைக்கவும்**

உங்கள் CSR முழுவதும் ஒரே எழுத்துரு மற்றும் கிராஃபிக் கூறுகளைப் பயன்படுத்தவும். நீங்கள் வண்ண கூறுகளைச் சேர்த்தால், வண்ணங்களை எளிமையாகவும் தடிமனாகவும் வைத்திருங்கள், அதனால் அவை கவனத்தை சிதறடிக்காது. உங்கள் பிராண்டிற்கு லோகோ அல்லது தனித்துவமான வண்ணத் திட்டம் இருந்தால், உங்கள் பிராண்ட் அடையாளத்தை வலுப்படுத்த பிரத்தியேகமாக அந்த வண்ணங்களைப் பயன்படுத்தவும்.

உங்கள் அறிக்கையை வெளியிட ஒரு தொழில்முறை கிராஃபிக் டிசைனர் இருப்பதை நீங்கள் பரிசீலிக்கலாம். உங்கள் வடிவமைப்பு கூறுகள் சுத்தமாகவும், மிகவும் ஒழுங்கீனமாகவும் இல்லை என்பதை உறுதிப்படுத்தவும்.

**2) உங்கள் நிறுவனத்திற்கான இலக்குகளை அமைத்தல்**  
**உங்கள் நிறுவனத்திற்கு மிகவும் முக்கியமான சிக்கல்களைக் கண்டறியவும்**

பொதுவாக, உங்கள் நிறுவனம் அதிக தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய சில பெரிய சிக்கல்களில் கவனம் செலுத்துவது சிறந்தது. உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் உங்கள் சமூகத்திற்கும் எந்தெந்தச் சிக்கல்கள் மிக முக்கியமானவை என்பதைத் தீர்மானிக்க கருத்துக்கணிப்புகளைப் பயன்படுத்தவும்.

எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் நிறுவனம் குளிர்்பானங்கள் மற்றும் பிற பானங்களை உற்பத்தி செய்தால், உங்கள்

பானங்களில் உள்ள சர்க்கரையின் அளவு நீங்கள் கவனிக்க வேண்டிய முக்கியமான சமூகப் பிரச்சினையாக இருக்கலாம். உங்கள் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகத்தின் நிலைத்தன்மையையும் நீங்கள் பார்க்கலாம்.

உங்கள் நிறுவனம் மேம்படுத்த இடமளிக்கும் சிக்கல்களில் கவனம் செலுத்துங்கள், அங்கு உங்கள் முன்னேற்றம் உங்கள் உள்ளூர் சமூகம் மற்றும் ஒட்டுமொத்த சமூகத்தின் மீது நீண்ட கால விளைவை ஏற்படுத்தும். எடுத்துக்காட்டாக, இன நீதி ஒரு முக்கியமான பிரச்சினை என்று உங்கள் ஆய்வுகள் சுட்டிக்காட்டினால், உங்கள் நிறுவனத்தில் அதிக சிறுபான்மையினரை பணியமர்த்துவது அல்லது இன சிறுபான்மையினருக்கான உதவித்தொகை அல்லது பயிற்சிகளை நிறுவுவதில் நீங்கள் கவனம் செலுத்தலாம்.

**உங்கள் நிறுவனத்தின் ஒவ்வொரு இலக்குகளுக்கும் தொடக்க நிலைகளை அளவிடவும்.**

நீங்கள் தீர்க்க விரும்பும் சிக்கல்களை நீங்கள் நிறுவியவுடன், அந்த சிக்கல்கள் தொடர்பாக உங்கள் நிறுவனம் தற்போது என்ன செய்கிறது என்பதைத் தீர்மானிக்கவும். அந்த பகுதியில் முன்னேற்றத்திற்கான உங்கள் நிறுவனத்தின் இலக்குகளை அமைக்க நீங்கள் வேலை செய்யக்கூடிய அடிப்படையை இது வழங்குகிறது.

- எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் நிறுவனம் குளிர்பானங்களைத் தயாரித்து, உங்கள் பிரச்சினைகளில் ஒன்றாக சர்க்கரையின் உள்ளடக்கத்தைக் கண்டறிந்தால், உங்கள் ஒவ்வொரு பானத்திலும் தற்போது உள்ள சர்க்கரையின் அளவைக் குறிப்பிடலாம்.

- உங்கள் நிறுவனம் இன நீதியைச் சமாளிக்க முடிவு செய்திருந்தால், உங்கள் நிறுவனம் தற்போது பணிபுரியும் இன அல்லது இன சிறுபான்மையினரின் எண்ணிக்கை மற்றும் உங்கள் நிறுவனத்தில் உள்ள அந்த ஊழியர்களின் தொடர்புடைய தரவரிசை ஆகியவற்றை நீங்கள் வழங்கலாம்.

உங்கள் ஒவ்வொரு இலக்குகளுக்கும் அளவிடக்கூடிய இலக்குகளை அமைக்கவும். உங்கள் அடிப்படையைப் பார்க்கும்போது, உங்கள் நிறுவனம் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் (பொதுவாக ஒரு வருடம், ஆனால் சிக்கல் மற்றும் இலக்கைப் பொறுத்து குறுகியதாக இருக்கலாம்) நீங்கள் எதிர்பார்க்கக்கூடிய யதார்த்தமான இலக்குகளைக் கொண்டு வாருங்கள். நீங்கள் நிர்ணயித்த காலக்கெடுவுக்குள் அந்த இலக்குகளை அடைய உங்கள் நிறுவனம் எடுக்க திட்டமிட்டுள்ள செயல்களைக் குறிப்பிடவும்.<sup>[6]</sup>

- எடுத்துக்காட்டாக, இன நீதியை உங்கள் பிரச்சினைகளில் ஒன்றாக நீங்கள் அடையாளம் கண்டிருந்தால், அடுத்த ஆண்டில் 25% அதிக இன அல்லது இன சிறுபான்மையினரை பணியமர்த்துவதற்கான இலக்கை நீங்கள் அமைக்கலாம்.

- நேரத்திற்கு கவனம் செலுத்துங்கள். உங்கள் நிறுவனம் உடனடியாக அல்லது ஒப்பீட்டளவில் குறுகிய காலத்திற்குள் செய்யக்கூடிய ஒன்று இலக்கு என்றால், நீண்ட காலத்திற்குப் பரவுவதை விட, ஒரு வருடத்தின் காலக்கெடுவை அமைப்பது முன்னேற்றம் போல் தோன்றாது. எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் பானங்களில் உள்ள சர்க்கரையின் அளவை 10% குறைக்கும் இலக்கை நீங்கள் நிர்ணயித்திருந்தால், அதைச் செய்ய உங்களுக்கு ஒரு வருடம் ஆகாது.

### 3 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அளவிடுதல்

உங்கள் நிறுவனத்தின் ஒவ்வொரு இலக்குகளையும் நோக்கிய முன்னேற்றத்தை பட்டியலிடுங்கள்.

முந்தைய CSRகளில் நிறுவப்பட்ட இலக்குகளுக்கு, உங்கள் நிறுவனம் எவ்வளவு தூரம் வந்துள்ளது என்பதைக் காட்டும் குறிப்பிட்ட தரவு மற்றும் புள்ளிவிவரங்களை வழங்கவும். உங்கள் நிறுவனம் இலக்கை அடைந்துவிட்டால் அல்லது மிஞ்சினால், வரும் ஆண்டிற்கான புதிய வரையறைகளை அமைக்கவும்.

உதாரணமாக, உங்கள் நிறுவனம் குளிர்பானங்களை உற்பத்தி செய்கிறது என்று வைத்துக்கொள்வோம், மேலும் உங்கள் பானங்களில் உள்ள சர்க்கரையின் அளவை 10% குறைக்கும் இலக்கை நீங்கள் நிர்ணயித்திருக்கிறீர்கள். உண்மையில், உங்கள் பானங்களில் சர்க்கரையை 15% குறைத்து, சுத்திகரிக்கப்பட்ட சர்க்கரையை மூலச் சர்க்கரையுடன் மாற்றி,

உங்கள் இலக்கை நீங்கள் தாண்டிவிட்டீர்கள். நீங்கள்  
பானங்களின் பட்டியலை வழங்கலாம்

உங்கள் நிறுவனம் தயாரிப்பதற்கு முன்னும் பின்னும் சரியான  
சர்க்கரை அளவைக் குறிப்பிடுகிறது.

**தனிப்பட்ட நிலைக்கு தரவை துளைக்கவும்**

நிறுவன அளவிலான தரவை எடுத்து ஒவ்வொரு பணியாளரும்  
ஏற்படுத்திய தாக்கத்தின் அடிப்படையில் அதை  
வெளிப்படுத்துங்கள். இது வாசகர்கள் தனிப்பட்ட முறையில்  
தரவுகளுடன் தொடர்பு கொள்ளவும், அதை நன்கு  
புரிந்துகொள்ளவும் உதவுகிறது.

- எடுத்துக்காட்டாக, நிறுவனத்தின் கழிவுகளைக் குறைக்க நீங்கள்  
ஒரு இலக்கை நிர்ணயித்தால், நீங்கள் நிறுவனத்தின் மொத்தக்  
குறைவை எடுத்து, அந்தத் தொகையை உங்கள் ஊழியர்களின்  
எண்ணிக்கையால் பிரிக்கலாம். பின்னர், உங்கள் பணியாளர்கள்  
ஒவ்வொருவரும் குறிப்பிட்ட அளவு குறைக்கப்பட்ட  
கழிவுகளுக்குப் பொறுப்பு என்று நீங்கள் புகாரளிக்கலாம்.
- தனிப்பட்ட நிலைக்குத் துளையிடுவது, உங்கள் CSR இல் நீங்கள்  
நிர்ணயித்த இலக்குகளை அடைய நிறுவனத்திற்கு உதவுவதற்கு  
உங்கள் பணியாளர்களுக்கு தனிப்பட்ட பொறுப்பை உணர  
உதவுகிறது.

வாசகர்களுடன் இணைவதற்கு நிகழ்வுகள் மற்றும்  
நேர்காணல் துணுக்குகளைச் சேர்க்கவும். ஊழியர்கள்,  
முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் மேற்கோள்கள்

உங்கள் CSR ஐ மேலும் தனிப்பட்டதாக ஆக்குகிறது. உங்கள் நிறுவனத்தின் இலக்குகள் உண்மையில் தனிநபர்களைப் பாதிக்கின்றன என்பதையும் அவை சுருக்கமான கார்ப்பரேட் வாக்குறுதிகள் அல்ல என்பதையும் உங்கள் வாசகர்கள் பார்ப்பார்கள்.

- எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் நிறுவனம் குளிர்பானங்களைத் தயாரிக்கிறது என்று வைத்துக்கொள்வோம், நீங்கள் ஒரு குழு ஊழியர்களைக் கொண்டிருந்தீர்கள், அவர்கள் சர்க்கரை உண்ணும் உண்ணாவிரதத்தை மேற்கொண்டனர் மற்றும் இறுதியில் அவர்களின் உணவில் இருந்து சுத்திகரிக்கப்பட்ட சர்க்கரையை முற்றிலுமாக அகற்றினர். அவர்களின் ஆரோக்கியத்தை மேம்படுத்த நடவடிக்கை எடுக்க நிறுவனத்தின் இலக்குகள் அவர்களை எவ்வாறு ஊக்கப்படுத்தியது என்பதைப் பற்றிய கருத்துகளை நீங்கள் சேர்க்கலாம்.
- உங்கள் வணிகத்தில் முதலீடு செய்துள்ள ஊழியர்கள், பங்குதாரர்கள் மற்றும் பிறரிடமிருந்து எண்ணங்களைப் பெற நீங்கள் கருத்துக்கணிப்புகள் அல்லது கருத்துப் பேனல்களை உருவாக்கலாம்.

குறைபாடுகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கும் சவால்களை சமாளிப்பதற்கும் ஒரு செயல் திட்டத்தைச் சேர்க்கவும்.

உங்கள் CSR இல் நீங்கள் நிர்ணயித்த இலக்குகளை அடைவதில் தடைகளை சந்திப்பது பொதுவானது. இந்த சிக்கல்களை நேர்மையாக ஒப்புக்கொண்டு, நிறுவனம் அவற்றை

எவ்வாறு சமாளிக்க திட்டமிட்டுள்ளது என்பதை விவரிக்கவும்.

- உதாரணமாக, நீங்கள் நிறுவனத்தின் கழிவுகளை குறைக்கும் இலக்கை நிர்ணயித்துள்ளீர்கள் என்று வைத்துக்கொள்வோம். இருப்பினும், உங்கள் தயாரிப்புகளை அனுப்ப நீங்கள் பயன்படுத்தும் நிறுவனம் இன்னும் வீணான பேக்கேஜிங் போக்குவரத்து முறைகள் பயன்படுத்துகிறது

. உங்கள் ஷிப்பிங் நிறுவனத்தின் வீணான தன்மையை நீங்கள் ஒப்புக் கொள்ளலாம் மற்றும் உங்கள் புதிய தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் வேறு ஒரு ஷிப்பரை நீங்கள் எப்படிக்கண்டுபிடிக்கப் போகிறீர்கள் என்பதை விவரிக்கலாம்.

உங்கள் நிறுவனம் சிறப்பாக செயல்படாத பகுதிகள் இருந்தால், அவற்றிலும் முன்னோடியாக இருங்கள். உங்கள் நிறுவனத்தை மட்டுமல்ல, உங்கள் போட்டியாளர்களையும் பாதிக்கும் தொழில்துறை அளவிலான சிக்கல்கள் இருந்தால் இது மிகவும் முக்கியமானது.

ஒரு பின்னிணைப்பில் விரிவான வரைபடங்கள் மற்றும் மூலத் தரவை வழங்கவும்.

- பின்னிணைப்புக்கான விவரங்களை விட்டு, அறிக்கையிலேயே அடிப்படைகளைச் சேர்க்கவும். இந்தத் தகவலைத் தாங்களாகவே பார்க்க விரும்பும் வாசகர்கள் அதைத் தேடுவார்கள், மேலும் உங்கள் அறிக்கையின் மீதியைப் பற்றி நீங்கள் கவலைப்பட வேண்டியதில்லை.
- அறிக்கையில், மூலத் தரவு அல்லது விரிவான வரைபடங்களைக் காணக்கூடிய இடத்தைப் பட்டியலிடவும்.

உங்கள் அறிக்கையை ஆன்லைனில் வெளியிடுகிறீர்கள் என்றால், ஆர்வமுள்ள வாசகர்களை நேரடியாக பொருத்தமான பின்னிணைப்புக்கு அழைத்துச் செல்லும் ஹைப்பர்லிங்கை நீங்கள் சேர்க்கலாம்.

**உங்கள் தலைவர் அல்லது தலைமை நிர்வாக அதிகாரியின் கடிதத்தைச் சேர்க்கவும்.**

உங்கள் நிறுவனத்தின் தலைவரின் கடிதம், CSRக்குப் பின்னால் உள்ள உந்துதல் மேலே இருந்து நேரடியாக வருகிறது என்பதை உங்கள் வாசகர்களுக்குத் தெரியப்படுத்துகிறது. உங்கள் நிறுவனத்தின் தலைவர் உறுதியுடன் இருப்பதாக நீங்கள் காட்டினால், நிறுவனம் அதன் இலக்குகளை சந்திக்க அல்லது அதை மீறுவதற்கு உறுதிபூண்டுள்ளது என்பதை உங்கள் வாசகர்கள் புரிந்துகொள்வார்கள்.

உங்கள் நிறுவனத்தின் தலைவரிடமிருந்து ஒரு அறிக்கையைப் பெறுவது, கார்ப்பரேட் பொறுப்பில் உள்ள ஆர்வம் நிறுவனம் முழுவதும் உள்ளது என்று வாசகர்களுக்கு ஒரு செய்தியை அனுப்புகிறது- நீங்கள் மார்க்கெட்டிங் தந்திரமாகச் செய்கிறீர்கள்.

**தெளிவு மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மையுடன் சிக்கல்களை ஒப்புக்கொள்ளுங்கள்.**

எந்த நிறுவனமும் சரியானதல்ல என்பதை உங்கள் வாசகர்கள் புரிந்துகொள்கிறார்கள். உங்கள் CSR உங்கள் நிறுவனத்தை சரியானதாகக் காட்டினால், அந்த அறிக்கை முற்றிலும் உண்மையா என்று வாசகர்கள் சந்தேகிக்கலாம்.

உங்கள் நிறுவனத்திற்கு உங்கள் CSR இல் நீங்கள்



வரையறுத்துள்ள இலக்குகள் மற்றும் சிக்கல்கள் தொடர்பான சிக்கல்கள் இருந்தால், அவற்றைப் பற்றி தெளிவாகவும் வெளிப்படையாகவும் இருக்கவும் மற்றும் நிலைமையை மேம்படுத்த உங்கள் நிறுவனம் எடுத்த நடவடிக்கைகளை விவரிக்கவும்.

- உங்கள் நிறுவனத்தில் அல்லது உங்கள் தொழில்துறையில் உள்ள சிக்கல்கள் பற்றி சமீபத்திய செய்திகள் இருந்தால் இது மிகவும் முக்கியமானது. அந்தச் சிக்கல்களைத் தவிர்ப்பதற்குப் பதிலாக, உங்கள் CSR இல் நேரடியாகப் பேசுங்கள்.
- உதாரணமாக, நீங்கள் ஒரு தொழில்நுட்ப நிறுவனத்தை நடத்துகிறீர்கள் என்று வைத்துக்கொள்வோம். தொழில்நுட்ப துறையில் பன்முகத்தன்மை இல்லாதது பற்றி சமீபத்திய அறிக்கைகள் உள்ளன. ஒட்டுமொத்த தொழில்நுட்பத் துறையிலும் உங்கள் நிறுவனத்திலும் பன்முகத்தன்மை இல்லாததை ஒப்புக்கொள்வதன் மூலம் நீங்கள் தொடங்கலாம். பின்னர், அதிகமான பெண்கள் மற்றும் சிறுபான்மையினரை பணியமர்த்த உங்கள் நிறுவனம் எடுக்கும் நடவடிக்கைகளை கோடிட்டுக் காட்டுங்கள்.

**உங்கள் முன்னேற்றத்தை அளவிட ஒரு சுயாதீன மதிப்பீட்டு முறையை நம்புங்கள்.**

மூன்றாம் தரப்பு அறிக்கையிடல் மற்றும் சான்றளிப்பு திட்டங்கள் உங்கள் CSR திட்டத்திற்கு கடன் வழங்குவதோடு மேலும் ஒருமைப்பாட்டையும் தெரிவிக்கின்றன. உங்கள் நிறுவனம் என்ன செய்கிறது என்பதைப் பொறுத்து, உங்கள்

குறிப்பிட்ட தொழில்துறையின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனம் கூட இருக்கலாம்.

- உலகளாவிய அறிக்கையிடல் முன்முயற்சி, கிரீன்ஹவுஸ் வாயு நெறிமுறை மற்றும் கார்பன் வெளிப்படுத்தல் திட்டம் ஆகியவை பல தொழில்களில் பணிபுரியும் சுயாதீன மதிப்பீடு மற்றும் அறிக்கையிடல் அமைப்புகளில் அடங்கும்.

**நீங்கள் ஒரு பெரிய நிறுவனமாக இருந்தால், தணிக்கை நிறுவனத்திடமிருந்து அறிக்கையை வழங்கவும்.**

நீங்கள் ஒரு சிறிய நிறுவனமாக இருந்தால், உங்கள் செயல்திறன் பதிவுகளை ஒரு புகழ்பெற்ற தணிக்கை நிறுவனத்தால் மதிப்பாய்வு செய்ய உங்களால் முடியாது. இருப்பினும், நீங்கள் ஒரு பெரிய நிறுவனமாகவோ அல்லது தணிக்கைச் சேவைகளை வாங்கக்கூடிய சிறிய நிறுவனமாகவோ இருந்தால், உங்கள் பதிவுகளின் நம்பகத்தன்மை குறித்த அவர்களின் அறிக்கை அவர்களுக்கு அதிக நம்பகத்தன்மையைக் கொடுக்கும்.

- எர்ன்ஸ்ட் & யங், பிரைஸ் வாட்டர்ஹவுஸ் கூப்பர்ஸ், டெலாய்ட் மற்றும் கேபிஎம்ஜி ஆகிய "பிக் ஃபோர்" தணிக்கை நிறுவனங்களில் ஒன்றிலிருந்து மிகவும் சக்திவாய்ந்த தணிக்கை உறுதி அறிக்கைகள் வந்துள்ளன. தணிக்கை செய்வதில் அவ்வளவு பரிச்சயம் இல்லாவிட்டாலும், வாசகர்கள் அங்கீகரிக்கும் மற்றும் மதிக்கும் பெயர்கள் இவை.
- தணிக்கையாளரின் அறிக்கை இல்லாமல், நீங்கள்

வெறுமனே சுய அறிக்கை செய்கிறீர்கள். நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த முன்னேற்றத்தை மதிப்பாய்வு செய்து அறிக்கையிடுவதில் பல வாசகர்கள் சந்தேகம் கொண்டுள்ளனர், மேலும் நிறுவனத்தை உருவாக்குவதற்காக நீங்கள் தரவைக் கையாள்வதாக நம்பலாம்.

**கார்ப்பரேட் பொறுப்பு விருதுக்கு விண்ணப்பிக்கவும்.**

உங்களிடம் ஏற்கனவே ஒரு வலுவான CSR திட்டம் இருந்தால் மற்றும் பல ஆண்டுகளாக உங்கள் இலக்குகளை அடைந்து கொண்டிருந்தால் அல்லது மீறினால், உங்கள் முயற்சிகளுக்கான விருதுக்கு நீங்கள் தகுதி பெறுகிறீர்களா என்பதைப் பார்க்கவும். கார்ப்பரேட் பொறுப்பு அறிக்கையிடல் விருதுகள், எடுத்துக்காட்டாக, 11 வெவ்வேறு பிரிவுகளில் விருதுகளை வழங்குகின்றன.

உங்கள் CSR திட்டத்திற்கான விருதை வெல்வது அல்லது அறிக்கையிடுவது உங்கள் அறிக்கையின் நம்பகத்தன்மையை அதிகரிப்பதோடு உங்கள் நிறுவனத்தின் மதிப்பையும் பெரிதும் மேம்படுத்துகிறது. விருதுகள் பெரும்பாலும் ஊழியர்களின் மன உறுதியையும் மேம்படுத்தி, உங்கள் நிறுவனத்தை வேலை செய்வதற்கான சிறந்த இடமாக மாற்றுகிறது.

**குழு கூட்டத்தில் CSR அறிக்கையை வைப்பது**

1. நிறுவனச் சட்டம், 2013 இன் படி இயக்குநர்களின் அறிக்கை, பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு அறிக்கை மற்றும் படிவம் எண். AOC-2 ஆகியவை தயார் குறிப்புக்காகத் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளன,

அவை வருடாந்திர அறிக்கைகளைத் தொகுக்கப் பயன்படுத்தப்படலாம்.

2. நிறுவனத்தின் நிதிச் சுருக்கம் அல்லது சிறப்பம்சங்கள்/செயல்திறன் (தனியாக): நிறுவனத்தின் தனித்த நிதிநிலை அறிக்கைகளின் அடிப்படையில் வாரியத்தின் அறிக்கை தயாரிக்கப்படும். நடப்பு ஆண்டு மற்றும் முந்தைய ஆண்டுக்கான நிதித் தரவு (ஏற்கனவே இருக்கும் நிறுவனத்தில்) கடன் நிலுவை ஒதுக்கீட்டின் விவரங்களுடன் (முந்தைய ஆண்டிலிருந்து முன்வைக்கப்பட்ட நிலுவைத் தொகை உட்பட) சுருக்கப்பட்ட படிவத்தில் குறிப்பிடப்பட வேண்டும். இது வரி விதிகள், முன்மொழியப்பட்ட ஈவுத்தொகை மற்றும் ஈவுத்தொகை வரி மற்றும் இருப்புநிலைக் குறிப்பிற்கு கொண்டு செல்லப்பட வேண்டிய இருப்பு (கிரெடிட்/டெபிட்) ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
3. ஈவுத்தொகை: வருடத்தில் ஒதுக்கப்பட்ட பல்வேறு வகைப் பங்குகள் மற்றும் பங்குகளின் ஈவுத்தொகை விகிதத்தைக் குறிப்பிடும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட ஈவுத்தொகையின் அறிக்கை அளிக்கப்பட வேண்டும். ஈவுத்தொகை பரிந்துரைக்கப்படவில்லை எனில், அதற்கான காரணங்களை தெரிவிக்க வேண்டும்.
4. கையிருப்பு: ஏதேனும் இருப்புக்களுக்கு வாரியம் எடுத்துச் செல்ல உத்தேசித்துள்ள தொகைகள் ஏதேனும் இருந்தால் கொடுக்கப்பட வேண்டும்.
5. நிறுவனத்தின் ஆண்டு செயல்பாட்டின் சுருக்கமான விளக்கம்/நிறுவனத்தின் விவகாரம் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட

பிரிவுகள் இருந்தால், பிரிவு வாரியான பணி விவரங்கள் கொடுக்கப்பட வேண்டும். தவிர, நடப்பு ஆண்டுகளின் பணி விவரங்கள் மற்றும் நிறுவனத்தின் பணியின் எதிர்கால வாய்ப்புகள் ஆகியவையும் கொடுக்கப்பட வேண்டும். முந்தைய ஆண்டுடன் ஒப்பிடுகையில் முன்னேற்றம்/மனச்சோர்வு முடிவுகளுக்கான காரணங்களை நியாயப்படுத்தும் அறிக்கையும் வழங்கப்பட வேண்டும்.

5. வணிகத்தின் தன்மையில் மாற்றம், ஏதேனும் இருந்தால்

6. நிதிநிலை அறிக்கைகள் தொடர்புடைய நிறுவனத்தின் நிதியாண்டின் இறுதிக்கும் அறிக்கையின் தேதிக்கும் இடையே ஏற்பட்ட பொருள் மாற்றங்கள் மற்றும் உறுதிப்பாடுகள், ஏதேனும் இருந்தால், நிறுவனத்தின் நிதி நிலையை பாதிக்கிறது. நிறுவனத்தின் நிதியாண்டின் முடிவிற்குப் பிறகு, இருப்புநிலை அறிக்கையின் தேதி மற்றும் வரிப் பொறுப்புகளைத் தீர்ப்பது, காப்புரிமை உரிமைகளின் செயல்பாடு, முதலீடுகளின் சந்தை மதிப்பில் மந்தநிலை, அல்லது அதற்கு எதிராக வழக்குகள் நிறுவுதல் போன்ற பொருள் மாற்றங்கள் நிகழ்ந்தன. நிறுவனம், மூலதன சொத்துக்களை விற்பனை செய்தல் அல்லது வாங்குதல் அல்லது ஏதேனும் சொத்துக்களை அழித்தல் போன்றவை.

7. கட்டுப்பாட்டாளர்கள் அல்லது நீதிமன்றங்களால் நிறைவேற்றப்பட்ட குறிப்பிடத்தக்க மற்றும் பொருள் ஆணைகளின் விவரங்கள் அல்லது நீதிமன்றங்கள் எதிர்காலத்தில் நடந்துவரும் கவலை நிலை மற்றும் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளை பாதிக்கும்

8. நிதி அறிக்கைகள் தொடர்பான உள் நிதிக் கட்டுப்பாடுகளின் போதுமான அளவு தொடர்பான விவரங்கள். (பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனத்திற்குப் பொருந்தும்)

9. துணை/கூட்டு நிறுவனங்கள்/ இணை நிறுவனங்களின் விவரங்கள் துணை நிறுவனம் பற்றிய அறிக்கை கொடுக்கப்பட உள்ளது. வருடத்தில் அதன் துணை நிறுவனங்கள், கூட்டு முயற்சிகள் அல்லது இணை நிறுவனங்களாக மாறிய அல்லது நிறுத்தப்பட்ட நிறுவனங்களின் பெயர்கள்.

10. ஒருங்கிணைந்த நிதிநிலை அறிக்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள ஒவ்வொரு துணை நிறுவனங்கள், கூட்டாளிகள் மற்றும் கூட்டு நிறுவனங்களின் செயல்திறன் மற்றும் நிதி நிலை. வாரியத்தின் அறிக்கையில் ஒரு தனிப் பிரிவு இருக்கும், அதில் ஒருங்கிணைந்த நிதிநிலை அறிக்கையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள ஒவ்வொரு துணை நிறுவனங்கள், கூட்டாளிகள் மற்றும் கூட்டு நிறுவனங்களின் செயல்திறன் மற்றும் நிதி நிலை குறித்த அறிக்கை சமர்ப்பிக்கப்படும்.

11. வைப்புத்தொகை: சட்டத்தின் V அத்தியாயத்தின் கீழ் உள்ளடக்கப்பட்ட வைப்புத்தொகை தொடர்பான விவரங்கள்,-

(a) ஆண்டில் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது;

(b) ஆண்டின் இறுதியில் செலுத்தப்படாமல் அல்லது உரிமை கோரப்படாமல் இருந்தது;

(c) அந்த ஆண்டில் வைப்புத் தொகையைத் திருப்பிச்

செலுத்துவதில் அல்லது அதற்கான வட்டியை செலுத்துவதில் ஏதேனும் தவறு நடந்துள்ளதா மற்றும் அப்படியானால், அத்தகைய வழக்குகளின் எண்ணிக்கை மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட மொத்தத் தொகை-

(i) ஆண்டின் தொடக்கத்தில்;

(ii) ஆண்டில் அதிகபட்சம்;

(iii) ஆண்டின் இறுதியில்; சட்டத்தின் V அத்தியாயத்தின் தேவைகளுக்கு இணங்காத வைப்புத்தொகைகளின் விவரங்கள்;

12. சட்டப்பூர்வ தணிக்கையாளர்கள்: நிறுவனத்தின் சட்டப்பூர்வ தணிக்கையாளர்கள் பற்றிய விவரங்கள், அந்த ஆண்டில் செய்யப்பட்ட மாற்றங்கள், தற்போதுள்ள தணிக்கையாளர்(கள்) மறுநியமனம் செய்வதற்குத் தகுதியானவர்களா என்பது போன்ற விவரங்கள்.

13. தணிக்கையாளர் அறிக்கை: தணிக்கையாளர் தனது அறிக்கையில் ஒவ்வொரு தகுதி, இடஒதுக்கீடு அல்லது பாதகமான கருத்து அல்லது பொறுப்புத் துறப்பு குறித்து வாரியத்தின் விளக்கங்கள் அல்லது கருத்துகள் கொடுக்கப்படும். 14. பங்கு மூலதனம்: A) வேறுபட்ட உரிமைகள் கொண்ட சமபங்குகளின் வெளியீடு: இயக்குநர்கள் குழு, மற்றவற்றிற்கு இடையே, வேறுபட்ட உரிமைகள் கொண்ட சமபங்கு பங்குகளின் வெளியீடு முடிந்த நிதியாண்டிற்கான வாரியத்தின் அறிக்கையில், வழங்கப்பட்டுள்ள விவரங்களை வெளியிட வேண்டும். நிறுவனங்களின் விதி 4 (4) இல் (பங்கு மூலதனம் மற்றும் கடன் பத்திரங்கள்) விதிகள், 2014. பி)

வியர்வை ஈக்விட்டி பங்குகளின் வெளியீடு

இயக்குநர்கள் குழு, அத்தகைய பங்குகள் வெளியிடப்பட்ட ஆண்டிற்கான இயக்குநர்களின் அறிக்கையில், நிறுவனங்களின் (பங்கு மூலதனம் மற்றும் கடனீட்டுப் பத்திரங்கள்) விதிகள், 2014. சி) வெளியீடு விதி 8 (13) இல் வழங்கப்பட்டுள்ள விவரங்களை வெளியிட வேண்டும். பணியாளர் பங்கு விருப்பங்களின் இயக்குநர்கள் குழு, மற்றவற்றிற்கு இடையே, நிறுவனங்களின் (பங்கு மூலதனம் மற்றும் கடனீட்டுப் பத்திரங்கள்) விதிகள், 2014. D) விதி 12 (9) இல் வழங்கப்பட்டுள்ள விவரங்களை ஆண்டிற்கான இயக்குநர்கள் அறிக்கையில் வெளியிட வேண்டும். ஊழியர்கள் அல்லது ஊழியர்களின் நலனுக்காக அறங்காவலர்களால் அதன் சொந்த பங்குகளை வாங்குவதற்கு நிறுவனம் மூலம் பணம். இந்தத் திட்டம் தொடர்பான பங்குகள் தொடர்பாக ஊழியர்களால் நேரடியாக வாக்களிக்கும் உரிமையைப் பயன்படுத்தாத பட்சத்தில், இயக்குநர்கள் குழு, மற்றவற்றிற்கு இடையே,

15. வருடாந்திர வருவாயின் சாறு: படிவம் எண். MGT - 9 இல் ஆண்டு வருமானத்தின் சாறு

வாரியத்தின் அறிக்கையின் ஒரு பகுதியாக இருக்கும்

16. ஆற்றல் பாதுகாப்பு, தொழில்நுட்ப உறிஞ்சுதல் மற்றும் அந்நிய செலாவணி வருவாய் மற்றும் ஆற்றல் பாதுகாப்பு, தொழில்நுட்ப உறிஞ்சுதல், அந்நிய செலாவணி வருவாய் பற்றிய விவரங்கள் பின்வருமாறு:

A) ஆற்றல் சேமிப்பு:



(i) ஆற்றலைப் பாதுகாப்பதில் எடுக்கப்பட்ட நடவடிக்கைகள் அல்லது தாக்கம்,

(ii) மாற்று ஆற்றல் மூலங்களைப் பயன்படுத்த நிறுவனம் எடுத்த நடவடிக்கைகள்,

(iii) ஆற்றல் பாதுகாப்பு உபகரணங்களில் மூலதன முதலீடு.

(B) தொழில்நுட்ப உறிஞ்சுதல்:

(i) தொழில்நுட்பத்தை உள்வாங்குவதற்கான முயற்சிகள்;

(ii) நன்மைகள் பெறப்பட்டது போன்ற தயாரிப்பு முன்னேற்றம்,

செலவு குறைப்பு, தயாரிப்பு

வளர்ச்சி அல்லது இறக்குமதி மாற்றீடு;

(iii) இறக்குமதி செய்யப்பட்ட தொழில்நுட்பத்தின் விஷயத்தில் (கடந்த

மூன்று ஆண்டுகளில் இறக்குமதி செய்யப்பட்ட நிதியாண்டின்

தொடக்கத்தில் இருந்து கணக்கிடப்படுகிறது)-

(a) இறக்குமதி செய்யப்பட்ட தொழில்நுட்ப விவரங்கள்;

(b) இறக்குமதி ஆண்டு;

(c) தொழில்நுட்பம் முழுமையாக உள்வாங்கப்பட்டதா;

(d) முழுமையாக உறிஞ்சப்படாவிட்டால், உறிஞ்சுதல் நடைபெறாத

பகுதிகள் மற்றும் அதற்கான காரணங்கள்; மற்றும்

(iv) ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கான செலவுகள்.

(C) அந்நியச் செலாவணி வருவாய்: வருடத்தின் உண்மையான

வரவுகளின் அடிப்படையில் அந்நியச் செலாவணி ஈட்டப்பட்டது மற்றும் உண்மையான வெளியேற்றத்தின் அடிப்படையில் அந்த ஆண்டில் அந்நியச் செலாவணி வெளியேறியது.

17. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) (ஒவ்வொரு நிதியாண்டிலும் ஐநூறு கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிகர மதிப்பு, அல்லது ஆயிரம் கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட வருவாய் அல்லது ஐந்து கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேல் நிகர லாபம் உள்ள ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் பொருந்தும்)

நிறுவனங்களின் விதி 9 (கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) விதிகள், 2014 இன் படி வெளிப்படுத்தல்கள் செய்யப்பட வேண்டும்.

18. இயக்குனர்கள்:

A) இயக்குநர்கள் மற்றும் முக்கிய நிர்வாகப் பணியாளர்களில் ஏற்படும் மாற்றங்கள்: நியமனம், மறு பதவி, ராஜினாமா, இறப்பு அல்லது தகுதி நீக்கம், செய்யப்பட்ட அல்லது திரும்பப் பெறப்பட்ட மாறுபாடு போன்றவற்றின் மூலம் இயக்குநர்கள் அல்லது முக்கிய நிர்வாகப் பணியாளர்களின் மாற்றங்கள் பற்றிய விவரங்கள் ஒரு பொது நிறுவனத்தைப் பொறுத்தவரை, சுழற்சி முறையில் ஓய்வு பெற வேண்டிய இயக்குனரின் பெயர் மற்றும் அவர்/அவர்கள் மறு நியமனம் வழங்குகிறார்களா

B) ஒரு சுயாதீன இயக்குனரால் (கள்) பிரகடனம் மற்றும் மறு நியமனம், ஏதேனும் இருந்தால் (ஒவ்வொரு பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கும் மற்றும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட பொது

நிறுவனங்களின் எந்தவொரு வகுப்பிற்கும் பொருந்தும்) அவர்/அவர்கள் சுதந்திரத்தின் அளவுகோல்களை சந்திக்கிறார் என்று ஒரு சுயாதீன இயக்குனரால் (கள்) அறிவிப்பு நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 149 இன் துணைப்பிரிவு (6) இல் வழங்கப்பட்டுள்ளபடி இணைக்கப்பட்டுள்ளது. ஒரு சுயாதீன இயக்குநர், ஒரு நிறுவனத்தின் வாரியத்தில் தொடர்ந்து ஐந்து ஆண்டுகள் வரை பதவியில் இருப்பார், ஆனால் நிறுவனம் ஒரு சிறப்புத் தீர்மானத்தை நிறைவேற்றி, வாரியத்தின் அறிக்கையில் அத்தகைய நியமனத்தை வெளிப்படுத்தினால் அடுத்த ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு மறு நியமனம் பெறத் தகுதியுடையவர்.

C) முறையான வருடாந்திர மதிப்பீடு (இருபத்தைந்து கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேல் செலுத்தப்பட்ட பங்கு மூலதனத்தைக் கொண்ட பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனம் மற்றும் பிற பொது நிறுவனங்களுக்குப் பொருந்தும்) முந்தைய நிதியாண்டின் இறுதியில் கணக்கிடப்படும். வாரியம் அதன் சொந்த செயல்திறன் மற்றும் அதன் குழுக்கள் மற்றும் தனிப்பட்ட இயக்குநர்களின் வருடாந்திர மதிப்பீடு செய்யப்படுகிறது.

19. இயக்குநர்கள் குழுவின் கூட்டங்களின் எண்ணிக்கை

20. தணிக்கைக் குழு (ஒவ்வொரு பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனத்திற்கும் மற்றும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட பிற வகை அல்லது நிறுவனங்களின் வகுப்புகளுக்கும் பொருந்தும்) ஒரு தணிக்கைக் குழுவின் அமைப்பு வெளியிடப்பட வேண்டும் மற்றும் தணிக்கைக் குழுவின் எந்தப் பரிந்துரையையும் வாரியம் ஏற்கவில்லை என்றால், அது

வெளியிடப்படும். அதற்கான காரணங்களுடன்.

21. இயக்குநர்கள் மற்றும் பணியாளர்களுக்கான விழிப்பூட்டல் பொறிமுறையை நிறுவுதல் பற்றிய விவரங்கள் (ஒவ்வொரு பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனத்திற்கும் அல்லது அத்தகைய வகுப்பு அல்லது நிறுவனங்களின் வகுப்புகளுக்கும் பொருந்தும்.

பரிந்துரைக்கப்பட்ட) இயக்குநர்கள் மற்றும் பணியாளர்கள் உண்மையான கவலைகளைப் புகாரளிக்க விழிப்பூட்டல் பொறிமுறையை நிறுவிய விவரங்கள் வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.

22. நியமனம் மற்றும் ஊதியக் குழு (பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்கள் மற்றும் பிற வகை அல்லது நிறுவனங்களின் வகுப்புகளுக்குப் பொருந்தும், பரிந்துரைக்கப்படலாம்) நியமனம் மற்றும் ஊதியக் குழுவால் உருவாக்கப்பட்ட கொள்கை வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.

23. பிரிவு 186 இன் கீழ் கடன்கள், உத்தரவாதங்கள் அல்லது முதலீடுகளின் விவரங்கள்

24. சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினருடனான ஒப்பந்தங்கள் அல்லது ஏற்பாடுகளின் விவரங்கள்: நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 188 இன் துணைப்பிரிவு (1) இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள ஒவ்வொரு ஒப்பந்தம் அல்லது நிறுவனம் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினருடன் செய்துள்ள ஏற்பாடுகளின் விவரங்கள், மூன்றாம் விதியின் கீழ் சில கைகளின் நீள பரிவர்த்தனைகள் உட்பட அது படிவம் எண். AOC -2 இல் வெளியிடப்படும்.

25. நிர்வாக ஊதியம்: A) நிறுவனங்களின் விதி 5(1)ன் (மேலாண்மைப் பணியாளர் நியமனம் மற்றும் ஊதியம்) விதிகள், 2014ன் படி,

ஒவ்வொரு இயக்குநரின் ஊதியத்திற்கும் இடைநிலைப் பணியாளரின் ஊதியத்திற்கும் உள்ள விகிதத்தின் விவரங்கள் மற்றும் பிற விவரங்கள். (பொருந்தக்கூடியது பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனம்) B) நிறுவனங்களின் 5(2) இன் படி நிறுவனத்தின் ஒவ்வொரு பணியாளரின் விவரங்கள் நிர்வாகப் பணியாளர் நியமனம் மற்றும் ஊதியம்) விதிகள், 2014 C) நிறுவனத்திடமிருந்து ஏதேனும் கமிஷனைப் பெற்ற எந்த இயக்குநரும் மற்றும் நிறுவனத்தின் நிர்வாக இயக்குநராக அல்லது முழு நேர இயக்குநராக இருப்பவர், குழுவின் அறிக்கையில் நிறுவனம் வெளிப்படுத்தியதற்கு உட்பட்டு, எந்தவொரு ஹோல்டிங் நிறுவனம் அல்லது அத்தகைய நிறுவனத்தின் துணை நிறுவனத்திடமிருந்து ஏதேனும் ஊதியம் அல்லது கமிஷனைப் பெறுவார்.D) பின்வரும் வெளிப்பாடுகள் நிதிநிலை அறிக்கையுடன் இணைக்கப்பட்டிருந்தால், "கார்ப்பரேட் ஆளுகை" என்ற தலைப்பின் கீழ் இயக்குநர் குழுவின் அறிக்கையில் குறிப்பிடப்படும்: -

(i) அனைத்து இயக்குநர்களின் சம்பளம், சலுகைகள், போனஸ், பங்கு விருப்பத்தேர்வுகள், ஓய்வூதியம் போன்ற ஊதியப் பொதியின் அனைத்து கூறுகளும்;

(ii) செயல்திறன் அளவுகோல்களுடன் நிலையான கூறு மற்றும் செயல்திறன் இணைக்கப்பட்ட ஊக்கங்களின் விவரங்கள்;

(iii) சேவை ஒப்பந்தங்கள், அறிவிப்பு காலம், பிரித்தல் கட்டணம்;

(iv) பங்கு விருப்பத்தேர்வு விவரங்கள், ஏதேனும் இருந்தால், அது தள்ளுபடியில் வழங்கப்பட்டுள்ளதா, அத்துடன் எந்தக் காலக்கட்டத்தில் திரட்டப்பட்டது, எந்த அளவுக்குச் செயல்படுத்தலாம்.

26. செயலக தணிக்கை அறிக்கை (பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனம் மற்றும் ஒவ்வொரு பொது நிறுவனத்திற்கும் ஐம்பது கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேல் செலுத்தப்பட்ட பங்கு மூலதனம் அல்லது இருநூற்று ஐம்பது கோடி ரூபாய் அல்லது அதற்கு மேல் விற்றுமுதல் கொண்ட ஒவ்வொரு பொது நிறுவனத்திற்கும் பொருந்தும்). செயலக தணிக்கை அறிக்கையில் நடைமுறையில் நிறுவன செயலாளரால் செய்யப்பட்ட ஒவ்வொரு தகுதி, இட ஒதுக்கீடு அல்லது பாதகமான கருத்து அல்லது மறுப்பு பற்றிய விளக்கங்கள் அல்லது கருத்துகளை இயக்குநர்கள் குழு வழங்க வேண்டும்.

27. கார்ப்பரேட் ஆளுகைச் சான்றிதழ் (பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களுக்குப் பொருந்தும்) பட்டியலிடப்பட்ட ஒப்பந்தத்தின் பிரிவு 49-ல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள கார்ப்பரேட் ஆளுகையின் நிபந்தனைகளுக்கு இணங்குவது தொடர்பான தணிக்கையாளர்கள் அல்லது நிறுவனச் செயலர்களின் இணக்கச் சான்றிதழ் அறிக்கையுடன் இணைக்கப்படும்.

28. இடர் மேலாண்மைக் கொள்கை நிறுவனத்திற்கான இடர் மேலாண்மைக் கொள்கையை உருவாக்குதல் மற்றும் செயல்படுத்துதல் ஆகியவற்றைக் குறிக்கும் அறிக்கை, அதில் உள்ள இடர் கூறுகள், ஏதேனும் இருந்தால், குழுவின் கருத்துப்படி நிறுவனத்தின் இருப்புக்கு அச்சுறுத்தலாக இருக்கலாம்.

29. இயக்குநர்களின் பொறுப்பு அறிக்கை, நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 134 இன் துணைப்பிரிவு (3) இன் ஷரத்து (c) இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள இயக்குநர்களின் பொறுப்பு அறிக்கை,

(a) வருடாந்திர கணக்குகளை தயாரிப்பதில், பொருந்தக்கூடிய கணக்கியல் தரநிலைகள் மற்றும் பொருள் புறப்பாடு தொடர்பான சரியான விளக்கத்துடன் பின்பற்றப்பட்டது;

(b) இயக்குநர்கள் அத்தகைய கணக்கியல் கொள்கைகளைத் தேர்ந்தெடுத்து, அவற்றைத் தொடர்ச்சியாகப் பயன்படுத்தியதோடு, நிதியாண்டின் இறுதியில் நிறுவனத்தின் விவகாரங்கள் மற்றும் லாபம் மற்றும் லாபம் பற்றிய உண்மையான மற்றும் நியாயமான பார்வையை வழங்கும் வகையில் நியாயமான மற்றும் விவேகமான தீர்ப்புகள் மற்றும் மதிப்பீடுகளை மேற்கொண்டனர். அந்த காலகட்டத்தில் நிறுவனத்தின் இழப்பு;

(c) நிறுவனத்தின் சொத்துக்களைப் பாதுகாப்பதற்கும் மோசடி மற்றும் பிற முறைகேடுகளைத் தடுப்பதற்கும் கண்டறிவதற்கும் இந்தச் சட்டத்தின் விதிகளுக்கு இணங்கப் போதுமான கணக்குப் பதிவேடுகளைப் பராமரிப்பதில் இயக்குநர்கள் சரியான மற்றும் போதுமான அக்கறை எடுத்துள்ளனர்.

(d) இயக்குநர்கள் வருடாந்தரக் கணக்குகளைத் தொடர்ந்து கவலையின் அடிப்படையில் தயாரித்துள்ளனர்; மற்றும்

(e) பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனத்தைப் பொறுத்தவரை, இயக்குநர்கள் நிறுவனம் பின்பற்ற வேண்டிய உள் நிதிக் கட்டுப்பாடுகளை வகுத்துள்ளனர் மற்றும் அத்தகைய உள் நிதிக் கட்டுப்பாடுகள் போதுமானவை மற்றும் திறம்பட செயல்படுகின்றன.

(f) பொருந்தக்கூடிய அனைத்து சட்டங்களின் விதிமுறைகளுக்கும் இணங்குவதை உறுதிசெய்ய சரியான அமைப்புகளை இயக்குநர்கள்

வகுத்துள்ளனர் மற்றும் அத்தகைய அமைப்புகள் போதுமானதாகவும் திறம்பட செயல்படுகின்றன

30. அங்கீகாரம் நிறுவனம் யாருடைய உதவி, ஒத்துழைப்பு மற்றும் கடின உழைப்பால் முடிவுகளை அடைய முடிந்ததோ, அனைவருக்கும் ஒரு அங்கீகாரம்.

### CSR ஐ நோக்கிய குழுவின் பொறுப்புகள்

- இயக்குநர்கள் குழு CSR இன் நிர்வாகம், கலாச்சாரம் மற்றும் மேலாண்மைக்கு பொறுப்பு மற்றும் மேற்பார்வையிடுகிறது.
- CSR இன் பங்குதாரர்கள் இயக்குநர்களின் நியமனத்தை அங்கீகரித்து, நிறுவனத்தின் செயல்திறனுக்காக அவர்களைப் பொறுப்பேற்க வேண்டும். நிறுவனத்தில் திறம்பட கார்ப்பரேட் நிர்வாகக் கட்டமைப்பு செயல்படுவதை உறுதி செய்வதே இயக்குநர்களின் பொறுப்பின் முக்கிய பகுதியாகும்.
- பங்குதாரர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், பணியாளர்கள், கடன் வழங்குபவர்கள் மற்றும் பொது மக்களின் நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு, நியாயமான நிதி மற்றும் வளர்ச்சி இலக்குகள் நிர்ணயிக்கப்பட்டு அடையப்படுவதையும், இடர் சரியாக நிர்வகிக்கப்படுவதையும் நிர்வாகக் கட்டமைப்பு உறுதி செய்ய வேண்டும். அத்துடன், வாரியம் மற்றும் மூத்த நிர்வாகத்தின் தலைமைத்துவம் உட்பட CSR இன் பெருநிறுவன ஆளுகை கலாச்சாரம், CSR இன் தொடர்ச்சியான வெற்றிக்கு முக்கியமானது.
- இந்த வாரிய சாசனம் CSR வாரியத்தின் செயல்பாடுகளை



அமைக்கிறது - வாரியம் மற்றும் அதன் குழுக்களின் அமைப்பு, சுதந்திரத்தின் தேவை மற்றும் இயக்குநர்களின் பிற கடமைகளை விவரிக்கிறது.

- நியமனங்கள் மற்றும் நிர்வாகக் குழுவின் பங்கையும் வாரியம் ஏற்கிறது இது பின்வரும் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது:

(i) பலகையின் பொருத்தமான அளவு மற்றும் கலவையை தீர்மானித்தல் (அதன்படி நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்புடன்);

(ii) வாரியத்தில் உள்ள திறன்கள் மற்றும் அனுபவத்தின் சமநிலையை கண்காணித்தல் மற்றும் தேவைப்படும் போது, பங்குதாரர்களின் ஒப்புதலுக்காக புதிய இயக்குனர்களை நியமித்தல்;

(iii) பொருத்தமான அளவுகோல்களைத் தீர்மானித்தல் (தேவையான மற்றும் விரும்பத்தக்க திறன்கள் மற்றும் அனுபவம்) இயக்குநர்கள் நியமனம்;

(iv) இயக்குநர்களை நியமனம் மற்றும் நீக்குவதற்கான பரிந்துரைகள்;

(v) வாரிய வாரிசு திட்டங்களை மதிப்பாய்வு செய்தல்;

(vi) செயல்படுத்தாதவர்களுக்கான தூண்டல் மற்றும் தொடர் கல்வித் திட்டங்களை மேற்பார்வை செய்தல் இயக்குனர்கள்; மற்றும்

(vii) வாரியத்தின் செயல்திறன் மதிப்பீடு.

(viii) பட்டியலிடப்பட்ட செயல்பாடுகள் வாரியம் தனக்கென ஒதுக்கப்பட்ட விஷயங்கள் மற்றும் வாரியத்தின் ஒட்டுமொத்த கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளை மட்டுப்படுத்தாது. வாரியம் தனது கடமைகளை நிறைவேற்ற உதவுவதற்காக, சம்பந்தப்பட்ட

நோக்கத்திற்காக பிரத்யேகமாக அமைக்கப்பட்ட வாரியத்தின் குழுவிற்கு பரிசீலனையை வழங்கலாம்.

- (ix) குறிப்பாக, CSR வாரியத்தின் ஊதியம் மற்றும் மனிதனின் வழிகாட்டுதலுடன்வளங்கள் குழு:
- (x) நிர்வாக இயக்குனரை நியமித்தல், மதிப்பீடு செய்தல், வெகுமதி அளித்தல் அல்லது நீக்குதல் மற்றும் தலைமை நிதி அதிகாரி மற்றும் நிறுவன செயலர் உட்பட மூத்த நிர்வாகத்தின் நியமனங்கள், ஊதியம் அல்லது நீக்கம்;
- (xi) நியமனம் மற்றும் ஓய்வு பெறுவதற்கான விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளை வரையறுத்தல் பலகை;
- (xii) நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களின் ஊதியத்தை மொத்தமாக நிர்ணயித்தல் பங்குதாரர்களால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட தொகை;
- (xiii) CSR இன் ஊதிய கட்டமைப்பை மேற்பார்வை செய்தல் மற்றும் ஊதியத்தை உறுதி செய்தல்கட்டமைப்பானது நிறுவனத்திற்குள் சரியான கலாச்சாரத்தை ஊக்குவிக்கிறது;
- (xiv) ஓய்வூதிய ஏற்பாடுகளை அங்கீகரித்தல், பணியாளர் பங்குத் திட்டங்களுக்கான வழிகாட்டுதல்கள், ஊதிய ஊக்கக் கொள்கைகள் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பு, தக்கவைத்தல் மற்றும் பணிநீக்கம்கொள்கைகள்; அ

**இடர் மற்றும் தணிக்கைக் குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:**

- வணிகம் மற்றும் நிதி மேலாண்மை குறித்த கொள்கைகளை அங்கீகரித்தல் மற்றும் மேற்பார்வை செய்தல் அபாயங்கள் மற்றும் அந்நிய செலாவணி, வட்டி விகிதம் மற்றும்

பொருட்களின் விலை அபாயங்கள்;

- ஒருமைப்பாட்டைப் பேணுவதற்கான செயல்முறைகள் மற்றும் கட்டுப்பாடுகளை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்கணக்கியல் மற்றும் நிதி பதிவுகள் மற்றும் அறிக்கையிடல்; வெளிப்புற தணிக்கையாளரின் சுதந்திரம் மற்றும் செயல்திறன் உட்பட;
- நிறுவனத்தின் கொள்கைகள் உட்பட CSR இன் கார்ப்பரேட் ஆளுகை கட்டமைப்பை மதிப்பாய்வு செய்தல்மற்றும் அதிகார நிலைகள்;
- பொது வெளியீட்டிற்கான நிதி முடிவுகள் மற்றும் அறிக்கைகள் மற்றும் ஈவுத்தொகைக்கு ஒப்புதல் அளித்தல்பங்குதாரர்களுக்கு செலுத்த வேண்டும்.

**பாதுகாப்பு மற்றும் நிலைத்தன்மை குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:**

- பாதுகாப்புத் துறைகளில் வணிகத்திற்கான முக்கிய அபாயங்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் கண்காணிப்பது,தொழில்சார் சுகாதாரம் மற்றும் சுற்றுச்சூழல்;
- CSR இன் கட்டமைப்பு மற்றும் பணியிட மேலாண்மைக்கான கொள்கைகளை அங்கீகரித்தல்சுகாதாரம், பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகள்;
- மேலே உள்ள கட்டமைப்பின் செயல்திறனை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்; மற்றும்
- சுற்றுச்சூழல் மற்றும் நிலைத்தன்மை மற்றும் சமூகத்தில் அதன் செயல்பாடுகளுக்கான CSR இன் மூலோபாய மற்றும் செயல்பாட்டு அணுகுமுறையை மதிப்பாய்வு

செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்.

கூடுதலாக, வாரியம் ஒரு குறிப்பிட்ட நேரம் மற்றும் நோக்கத்திற்காக ஒரு குழுவை அமைக்கலாம் ஒரு முக்கியமான திட்டம் அல்லது பரிவர்த்தனையை மேற்பார்வையிடவும்.

**நிர்வாகத்திற்கு வழங்கப்பட்ட அதிகாரங்கள்**

வாரியம் நிர்வாக இயக்குநருக்கு அதிகாரத்தையும் அதிகாரத்தையும் வழங்க வேண்டும் நிறுவனம் மற்றும் அதன் வணிகங்களை அவ்வப்போது வாரியத்தால் குறிப்பிடப்பட்ட அதிகார மட்டங்களுக்குள் நிர்வகிக்கவும். நிர்வாக இயக்குநர் தனது அதிகாரம் மற்றும் அதிகாரத்தின் அம்சங்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தலாம் ஆனால் நிறுவனத்தின் செயல்திறனுக்காக வாரியத்திடம் பொறுப்புக்கூற வேண்டும்.

வாரியத்தால் ஒதுக்கப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு அப்பால், வாரியத்தால் அவ்வப்போது குறிப்பிடப்படும் அதிகார அளவுகளுக்குள் CSR மற்றும் அதன் வணிகத்தை நிர்வகிப்பதற்கான அனைத்து அதிகாரங்களையும் வாரியம் வழங்கியுள்ளது. நிர்வாக இயக்குநர், CSR இன் வணிகப் பிரிவுகளால் மேற்கொள்ளப்படும் முன்னேற்றம் குறித்து வாரியத்திற்குத் தொடர்ந்து அறிக்கை அளிக்க வேண்டும்.

**நிர்வாக இயக்குனரின் பங்கு அடங்கும்:**

- நிர்வாகக் குழுவின் பயனுள்ள தலைமை;
- வணிகத்திற்கான மூலோபாய நோக்கங்களின் வளர்ச்சி; மற்றும்
- CSR இன் செயல்பாடுகளின் அன்றாட மேலாண்மை.

**பலகை அமைப்பு**

குழுவின் அமைப்பு, கட்டமைப்பு மற்றும் நடவடிக்கைகள் முதன்மையாக நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்பு (ஒரு நகலை நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் காணலாம்) மற்றும் நிறுவனம் செயல்படும் அதிகார வரம்புகளில் உள்ள நிறுவனங்களை நிர்வகிக்கும் சட்டங்களால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது.

### **பலகை அமைப்பு**

வாரியம் எல்லா நேரங்களிலும் ஒரு குழுவைக் கொண்டிருப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. CSR இன் வணிகங்கள் மற்றும் வாரியத்தின் பொறுப்புகளுக்குத் தொடர்புடைய திறமைகள் மற்றும் அனுபவத்தின் பொருத்தமான கலவையைக் கொண்ட இயக்குநர்கள்

### **கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை எவ்வாறு மதிப்பிடுவது (CSR)**

ஒரு வணிகம் என்பது லாபத்தில் செயல்படும் போது மற்றவர்களுக்கு பொருட்களையும் சேவைகளையும் வழங்க முற்படும் எந்தவொரு செயலாகும், ஆனால் சில தனிநபர்கள் ஒரு வணிகத்தின் பங்கு பரோபகார பொறுப்புகளை நிறைவேற்றுவதன் மூலம் லாபம் ஈட்டுவதைத் தாண்டியது என்று நம்புகிறார்கள்.. ஜார்ஜியா பல்கலைக்கழக வணிக-நெறிமுறை அறிஞர்வணிகங்கள் சந்திக்கும் அன்றாட நடைமுறை மற்றும் தார்மீக விஷயங்களைப் பற்றி சிந்திக்க ஆர்ச்சி பி. கரோல் ஒரு வழிகாட்டியை வழங்குகிறது. கரோலின் குளோபல் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புணர்வு பிரமிட், உலகப் பொருளாதாரத்தில் ஒரு நிறுவனத்தின் கடமைகள் ஒரு நிறுவனத்தில் இருக்கும் பொருளாதார, சட்ட, நெறிமுறை மற்றும் பரோபகாரப் பொறுப்புகளை உள்ளடக்கியவை என்று கூறுகிறது.

## கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR)

தனிப்பட்ட நெறிமுறைப் பொறுப்பு என்பது ஒரு நல்ல தனிப்பட்ட குடிமகனாக இருந்தால், பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு (CSR) என்பது ஒரு நல்ல நிறுவன குடிமகனாக இருப்பது. CSR என்பது சமூகம் மற்றும் அமைப்பின் நலன்களுக்கு நன்மை பயக்கும் செயல்களை மேற்கொள்வதற்கான ஒரு அக்கறை ஆகும். CSR ஆனது விட்டில் லீக் அணிகளின் ஸ்பான்சர்ஷிப் முதல் சூறாவளியால் பாதிக்கப்பட்டவர்களுக்கு பொருட்களை அனுப்புவது வரை இருக்கலாம். நாளின் முடிவில், சமூகத்திற்கு மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் நேர்மறையான வழிகளில் சமூகத்திற்கு பங்களிப்பதாகும். பல நிறுவனங்கள் கண்டறிந்துள்ளபடி, CSR மற்றும் நெறிமுறைகள் கைகோர்த்துச் செல்கின்றன: நெறிமுறை மற்றும் சமூகப் பொறுப்புணர்வுடன் செயல்படுவது பெரும்பாலும் ஒன்றுதான்.

சில நிறுவனங்கள் அதிகபட்ச லாபத்தை ஒரு திசையில் இழுக்க வேண்டும் என்று நினைக்கின்றன, அதே சமயம் சமூகப் பொறுப்புடன் இருக்க வேண்டும் என்ற ஆசை அவர்களை வேறு திசையில் இழுக்கிறது, ஏனெனில் நிறுவனத்திடமிருந்து பணம் வணிகத்திற்குத் திரும்புவதற்குப் பதிலாக இந்த சமூக காரணங்களுக்காக நிதியளிக்கப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. வணிக உரிமையாளர்கள். கீழே உள்ள படம் இந்த எதிரெதிர் கண்ணோட்டங்களின் நியாயத்தை கோட்டுக் காட்டுகிறது. இந்த இரண்டு கண்ணோட்டங்களையும் ஒன்றாக இணைப்பது, "சமூக மற்றும் நிதி ஆகிய இரண்டிலும் ஒரே நேரத்தில் மதிப்பை" உருவாக்குகிறது.

## கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை (CSR) மதிப்பீடு செய்தல்

ஒரு நிறுவனம் அதன் சமூக செயல்திறனை எவ்வாறு மதிப்பிடுவது?

சமூகத் தணிக்கை என்பது சமூகப் பொறுப்புள்ள திட்டங்களைச் செயல்படுத்துவதில் ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனின் முறையான மதிப்பீடு ஆகும். கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளபடி, சமூக தணிக்கைகள் பெரும்பாலும் ஆறு முக்கிய பகுதிகளில் கவனம் செலுத்துகின்றன.

**கார்ப்பரேட் கொள்கை: அரசியல் மற்றும் சமூகப் பிரச்சினைகளில் நிலைப்பாடுகள்**

கார்ப்பரேட் கொள்கையானது அரசியல் மற்றும் சமூகப் பிரச்சினைகளில் ஒரு நிறுவனத்தின் நிலைப்பாடுகளை விவரிக்கிறது. பல நிறுவனங்கள் சுற்றுச்சூழல் விஷயங்களில் நிலைப்பாட்டை எடுக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, படகோனியா (உயர்தர வெளிப்புற ஆடை மற்றும் உபகரணங்களின் உற்பத்தியாளர்) 1% கொடுக்கிறது

டஜன் கணக்கான பிற சுற்றுச்சூழல் திட்டங்களை ஆதரிப்பதோடு, சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு குழுக்களுக்கு அதன் லாபம்.

**சமூக செயல்பாடுகள்: ஸ்பான்சர்ஷிப், நிதி திரட்டுதல், நன்கொடைகள் மற்றும் பிற ஆதரவு**

பல நிறுவனங்கள் தொண்டு நிறுவனங்களுக்கு பங்களிக்கின்றன, விளையாட்டுக் குழுக்களுக்கு நிதியுதவி செய்கின்றன, பள்ளி செய்தித்தாள்களில் விளம்பரங்களை வாங்குகின்றன, அருங்காட்சியகங்களுக்கு நன்கொடை வழங்குகின்றன, தொண்டு நிறுவனங்களில் தன்னார்வத் தொண்டு செய்ய ஊழியர்களை அனுமதிக்கின்றன, மேலும் இதுபோன்ற சமூக நடவடிக்கைகளுக்கு

ஆதரவளிக்கின்றன.

**காரணம் தொடர்பான சந்தைப்படுத்தல்: தகுதியான காரணங்களை ஆதரித்தல்**

காரணம் தொடர்பான சந்தைப்படுத்தல், அல்லது வெறுமனே மார்க்கெட்டிங் ஏற்படுத்துதல் என்பது ஒரு வணிகச் செயல்பாடு ஆகும், இதில் ஒரு வணிகமானது ஒரு தகுதியான காரணம், தயாரிப்பு அல்லது சேவையை ஆதரிக்க ஒரு தொண்டு அல்லது இலாப நோக்கற்ற நிறுவனத்துடன் கூட்டுறவை உருவாக்குகிறது.

கல்விக்கான பாக்ஸ் டாப்ஸ் என்பது காஸ் மார்க்கெட்டிங்கிற்கு ஒரு சிறந்த உதாரணம். ஜெனரல் மில்ஸ் 1996 ஆம் ஆண்டில் சில தானியங்களில் சிறப்புப் பெட்டி டாப்களுடன் திட்டத்தைத் தொடங்கியது, இதில் டோட்டல் மற்றும் சீரியோவின் பெற்றோர்கள் பாக்ஸ் டாப்களை கிளிப் செய்து தங்கள் உள்ளூர் பள்ளிகளுக்கு அனுப்புகிறார்கள், பின்னர் பாக்ஸ் டாப்களை பணத்திற்கு வர்த்தகம் செய்கிறார்கள். நிரல் மிகவும் வெற்றிகரமாக உள்ளது, அது இப்போது பில்ஸ்பரி, ஜிப்லாக், க்ளீனெக்ஸ் மற்றும் கிரீன் ஜெயண்ட் உள்ளிட்ட பல பிராண்டுகளை உள்ளடக்கியது. பாக்ஸ் டாப்ஸ் திட்டத்தில் பங்கேற்பதன் மூலம், அமெரிக்க பள்ளிகள் இன்றுவரை \$800 மில்லியனுக்கும் அதிகமாக சம்பாதித்துள்ளன.

**சமூக தொழில்முனைவு: சமூக மாற்றத்திற்கான வணிகத்தை மேம்படுத்துதல்**

சமூக தொழில்முனைவு என்பது ஒரு புதுமையான, சமூக மதிப்பை உருவாக்கும் செயலாக விவரிக்கப்படுகிறது, இது இலாப நோக்கற்ற மற்றும் இலாப நோக்கற்ற துறைகளுக்குள் அல்லது முழுவதும் நிகழலாம்.



உலகில் நல்லது செய்யும் போது மதிப்பை உருவாக்குவதில் கவனம் பொதுவாக உள்ளது.

சமூக தொழில்முனைவோர் என்பது, ஏற்கனவே உள்ள வணிக மாதிரிகள் அல்லது நடைமுறைகளை மீண்டும் செய்வதை விட, புதிதாக ஒன்றை உருவாக்குவதற்கான வாய்ப்பைக் கண்டுபிடிப்பதன் மூலம், புதுமைகளால் வகைப்படுத்தப்படுகிறது.

**நிலைத்தன்மை: பச்சை நல்லது**

நிலைத்தன்மை என்பது எதிர்கால சந்ததியினர் தங்கள் சொந்த தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் திறனை சமரசம் செய்யாமல் நிகழ்காலத்தின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் பொருளாதார வளர்ச்சியாகும்.

பெரிய மற்றும் சிறிய நிறுவனங்கள் சுற்றுச்சூழல் நட்பு காரணங்கள், தயாரிப்புகள் அல்லது கடைகளை ஊக்குவிக்கும் பசுமை சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்களை தொடங்கியுள்ளன.

**பரோபகாரம்: பணக்காரனாக இறக்கவில்லை**

"பணக்காரனாக இறப்பவன் இப்படி இழிவாக இறக்கிறான்." 1880 களின் எஃகு உற்பத்தியாளர் ஆண்ட்ரூ கார்னகி, அவர் பணம் சம்பாதிப்பதில் இருந்து பரோபகாரத்திற்கு மாறிய பிறகு, மனிதகுலத்திற்கு நன்மை பயக்கும் தொண்டு நன்கொடைகளை வழங்கினார். இலவச பொது நூலகங்கள் மற்றும் பிற நல்ல படைப்புகளின் ஆதரவாளராக கார்னகி நன்கு அறியப்பட்டார்.

இன்று அமெரிக்காவில் உள்ள மிகவும் பிரபலமான மற்றும் தாராளமான பரோபகாரர்களில் பில் கேட்ஸ் (மைக்ரோசாப்ட் நிறுவனர்), வாரன் பஃபெட் மற்றும் மார்க் ஜூக்கர்பெர்க் (ஃபேஸ்புக்

நிறுவனர்) மற்றும் அவரது மனைவி பிரிஸ்கில்லா சான் ஆகியோர் தங்கள் வலையில் 99% வழங்குவதாக உறுதியளித்துள்ளனர். அவர்களின் வாழ்நாளில் மதிப்பு (\$45 பில்லியனுக்கும் அதிகமாக மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது).

## CSR திட்ட மதிப்பீட்டிற்கான பயனுள்ள உத்திகள்

### திட்ட அடையாளம்

திட்டங்கள் நீளம் மற்றும் சிக்கலான தன்மையில் வேறுபடலாம், ஆனால் வரையறுக்க வேண்டியது அவசியம் ஒவ்வொரு திட்டத்தின் இலக்கு. CSR திட்ட மதிப்பீடு செயல்முறையின் முதல் படி தெளிவாக உள்ளது திட்டம் மற்றும் அதன் இலக்குகளை வரையறுக்கவும். திட்ட இலக்குகளுக்கும் CSR மூலோபாயத்தின் நிலைத்தன்மைக்கும் இடையிலான உறவைப் பற்றிய நுண்ணறிவைப் பெறுவதற்கு இந்தக் கட்டம் முக்கியமானது.

திட்டத்தை செயல்படுத்த தேவையான ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும், அதன் முன்னேற்றத்தை வெற்றிகரமாக கண்காணிக்கவும் இது உதவும். எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் நிறுவனம் ஒரு பணியாளர் தன்னார்வத் திட்டத்தில் பங்கேற்க முடிவு செய்திருந்தால், குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையிலான தன்னார்வ நேரத்தை நிறைவு செய்வதே திட்ட இலக்காக இருக்கும். மறுபுறம், உங்கள் CSR உத்தியானது ஒரு குறிப்பிட்ட தொண்டு நிறுவனத்திற்கு பணத்தை நன்கொடையாக அளிப்பதாக இருந்தால், திட்ட இலக்கு குறிப்பிட்ட அளவு நிதி திரட்டுவதாக இருக்கும்..

### மூலோபாயம்

ஒரு மூலோபாயம் என்பது குறிப்பிட்ட விளைவுகளை அடைய வடிவமைக்கப்பட்ட செயல் திட்டமாகும். CSR திட்ட மதிப்பீட்டின்

மூலோபாய கட்டமானது, நிறுவனத்தின் CSR முயற்சிகளை அதன் பரந்த பணி அறிக்கையுடன் சீரமைப்பதற்கான சிறந்த வழிகளை அடையாளம் காண உதவும்.

ஒரு பயனுள்ள CSR மூலோபாயம், நிறுவனத்தின் நோக்கம் மற்றும் அதன் மூலோபாயம் மற்றும் செயல்பாடுகளுக்கு வழிகாட்டும் மதிப்புகளை கோடிட்டுக் காட்டும் பணி அறிக்கையின் வளர்ச்சியுடன் தொடங்குகிறது. இதைத் தொடர்ந்து ஒரு மூலோபாய அறிக்கையின் உருவாக்கம் (உங்கள் நிறுவனத்தின் வணிக உத்தியின் விரிவான சுருக்கம்). மூலோபாய அறிக்கையில் தற்போதைய செயல்பாடுகளின் பொதுவான கண்ணோட்டம், நிறுவனத்தின் இலக்குகள் பற்றிய விளக்கம் மற்றும் இந்த இலக்குகளை அடைய நிறுவனம் எவ்வாறு திட்டமிடுகிறது என்பதற்கான விளக்கம் ஆகியவை இருக்க வேண்டும்.

### இடர் அளவிடல்

நிறுவனம் CSR திட்டத்திற்கான ஒரு மூலோபாயத் திட்டத்தை நிறுவியவுடன், சாத்தியமான அபாயங்களைக் கண்டறிந்து, திட்டம் தொடங்கும் முன் ஆபத்தை நிர்வகிப்பதற்கான பயனுள்ள உத்திகளை உருவாக்குவது முக்கியம். இதைச் செய்வதற்கான சிறந்த வழி, நிறுவன இடர் மதிப்பீட்டைப் பயன்படுத்துவதாகும்.

நிறுவன இடர் மதிப்பீடுகள் நிறுவனங்கள் எதிர்கொள்ளும் அபாயங்களைக் கண்டறிந்து முன்னுரிமை அளிக்க உதவும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. நிறுவன ஆபத்தில் நற்பெயர் இழப்பு அல்லது நிறுவனத்தின் சொத்துக்களுக்கு சேதம் போன்ற சிக்கல்கள் இருக்கலாம். ஆபத்தை மதிப்பிடுவதற்கு, CSR மூலோபாயத்துடன் தொடர்புடைய சாத்தியமான அபாயங்களைக் கண்டறிவது முக்கியம்.

இந்த அபாயங்கள் பாதகமான விளைவுகளை ஏற்படுத்தும் சாத்தியக்கூறுகளைத் தீர்மானிக்க இது அனுமதிக்கும்.

### செயல்திறன் அளவீடுகள்

மூலோபாயத் திட்டம் உருவாக்கப்பட்டு, திட்டத்தின் அபாயங்கள் அடையாளம் காணப்பட்டவுடன், திட்டத்தின் செயல்திறனை அளவிட எந்த அளவீடுகள் பயன்படுத்தப்படும் என்பதை நிறுவனம் அடையாளம் காணத் தொடங்கலாம்..

### செயல்திறன் அளவீடுகளின் நோக்கங்கள்:

- காலப்போக்கில் CSR திட்டங்களின் முன்னேற்றத்தை மதிப்பிடுங்கள்.
- மூலோபாயத்தில் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை அடையாளம் காணவும்.
- கூடுதல் நிதி அல்லது கவனம் தேவைப்படும் பகுதிகளை அடையாளம் காணவும்.

செயல்திறன் அளவீடுகள் திட்ட முன்னேற்றத்தை பங்குதாரர்கள், முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் பிற ஆர்வமுள்ள தரப்பினருக்கு தெரிவிக்கவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். இந்த அளவீடுகள் கணக்கெடுப்புகள், நேர்காணல்கள் அல்லது திட்டத்திற்கான தரவைச் சேகரிக்க நிறுவனத்தை அனுமதிக்கும் பிற முறைகள் மூலம் சேகரிக்கப்படலாம்.

### மதிப்பு உருவாக்கம்

நிறுவனத்திற்கும் அதன் பங்குதாரர்களுக்கும் மதிப்பை உருவாக்குவது பாதி கதை மட்டுமே என்பதை நினைவில் கொள்வது அவசியம். திட்டமானது அது சேவை செய்யும் சமூகத்திற்கான மதிப்பையும் உருவாக்க வேண்டும். திட்டம் சமூகத்தை எவ்வாறு

பாதிக்கும் என்பதை தீர்மானிக்க சிறந்த வழி ஒரு சமூகத்தை நடத்துவதாகும்

### மதிப்பீடு

சமூக மதிப்பீடுகள், நிறுவனங்கள் தாங்கள் சேவை செய்யும் சமூகங்களுக்குள் தங்கள் பங்கை மதிப்பிட உதவும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. நிறுவனத்தில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் சமூகத்தை எவ்வாறு பாதிக்கலாம் மற்றும் அந்த மாற்றங்களை எவ்வாறு குறைக்கலாம் என்பது பற்றிய நுண்ணறிவை அவை வழங்குகின்றன.

### தொடர்பு உத்தி

நிறுவனத்தின் முயற்சிகளின் முக்கியத்துவத்தை பங்குதாரர்கள் புரிந்துகொள்வதை உறுதிசெய்ய உதவும் தகவல் தொடர்பு உத்தியை உருவாக்குவதே மதிப்பீட்டுச் செயல்பாட்டின் கடைசிப் படியாகும். ஒரு பங்குதாரர் வரைபடத்தை உருவாக்குவது, நிறுவனத்தின் பணியால் பாதிக்கப்படக்கூடிய பல்வேறு நபர்கள் மற்றும் பகுதிகளை அடையாளம் காண உதவும்.

நிறுவனத்தின் நிறுவன மதிப்பைத் தொடர்புகொள்வதற்கான சிறந்த வழிகளைக் கண்டறியவும் இது உதவும். நிறுவனத்தின் முயற்சிகளின் முக்கியத்துவத்தைத் தொடர்புகொள்வதற்கான சிறந்த வழி, கதைசொல்லலை அவுட்ரீச் முயற்சிகளில் இணைப்பதாகும். இது நிறுவனத்தின் மூலோபாயத்தில் வலிமையான பகுதிகளை அடையாளம் காண உதவும், இது மிகவும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் திட்டங்களில் முயற்சிகளை கவனம் செலுத்த அனுமதிக்கிறது.

### முடிவுரை

ஒரு பயனுள்ள CSR மூலோபாயம் நிறுவனத்தின் தனித்துவமான பலங்கள், மதிப்புகள் மற்றும் போட்டி நன்மைகள் பற்றிய தெளிவான புரிதலுடன் தொடங்குகிறது. ஒரு CSR மூலோபாயம் நிறுவனம் மற்றும் அவர்களின் சமூகத்தில் எவ்வாறு பங்கேற்பது என்பது குறித்த அதன் முடிவுகளுக்கு வழிகாட்டும், மேலும் அவர்கள் மிகவும் அக்கறை கொண்ட காரணங்களைத் திருப்பித் தரலாம். ஒரு திட்டத்தைச் செயல்படுத்துவது, நிறுவனத்தில் உள்ள அனைவருக்கும் அவர்களின் வணிகத்தில் என்ன நடக்கிறது மற்றும் அவர்கள் தங்கள் சமூகங்களை எவ்வாறு பாதிக்கிறார்கள் என்பதைப் பற்றித் தெரிவிக்க உதவும்.

"மானிட்டர்" என்ற வார்த்தை லத்தீன் வார்த்தையான 'எச்சரிக்கை' என்பதிலிருந்து பெறப்பட்டது. கண்காணிப்பு என்பது, உள்ளீட்டு விநியோகங்கள், பணி அட்டவணைகள், இலக்கு வெளியீடுகள் மற்றும் தேவையான பிற செயல்கள் திட்டத்தின் படி நடைபெறுவதை உறுதி செய்வதற்காக, ஒரு செயல்பாட்டை செயல்படுத்தும் ஒவ்வொரு மட்டத்திலும் CSR துறையின் தொடர்ச்சியான / காலமுறை மதிப்பாய்வு மற்றும் கண்காணிப்பு ஆகும். 'திட்டம்' கிடைப்பது கண்காணிப்பதற்கான முன் நிபந்தனையாகும்.

PSO இன் படி "கண்காணிப்பு என்பது பின்வரும் அடிப்படை நோக்கங்களுக்காக திட்டங்கள் மற்றும் திட்டங்களிலிருந்து தகவல்களை முறையாக சேகரித்தல், பகுப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் பயன்படுத்துதல் ஆகும். பெறப்பட்ட அனுபவங்களில் இருந்து கற்றல்

- பயன்படுத்தப்பட்ட வளங்கள் மற்றும் பெறப்பட்ட முடிவுகளுக்கு உள்

மற்றும் வெளிப்புற கணக்கியல், மற்றும் • முடிவுகளை எடுப்பது.

CSR துறைக்கு CSR திட்டத்தைக் கண்காணிக்கவும் அதன் செயல்பாட்டிற்கு வழிகாட்டவும் பின்வரும் தகவல்கள் தேவைப்படுகின்றன.

1. நோய் கண்டறிதல் தகவல் (ஏன் நிலைமை இப்படி இருக்கிறது)
2. செயல்படுத்தல் தகவல் (உடல் மற்றும் நிதி அல்லது உள்ளீடு தகவல்)
3. பயன்பாட்டு தகவல்
4. தாக்கத் தகவல்
5. சூழ்நிலை தகவல், மற்றும்
6. மதிப்பாய்வுக்கான தகவல்.

உயர் நிர்வாகம் கண்காணிப்பு அலகு மற்றும் பிற முறையான மற்றும் முறைசாரா ஆதாரங்களில் இருந்து தகவலைப் பெறுகிறது. இது திட்டத்தை செயல்படுத்துவதில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது

சிறந்த CSR திட்ட திட்டமிடல், மற்றும் அந்த திட்டங்களின் நிலைத்தன்மையை உறுதி செய்கிறது. இறுதியில் இது கிடைக்கக்கூடிய மனித மற்றும் நிதி ஆதாரங்களை திறம்பட பயன்படுத்த CSR துறைகளின் திறனை மேம்படுத்த வழிவகுக்கிறது.

**பங்குதாரர் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு**

வரையறைகள் "பங்குதாரர்" என்பது நிறுவனங்களின் நோக்கங்களுடன் உறவுகளைக் கொண்ட குழுக்கள் அல்லது தனிநபர்களைக் குறிக்கிறது. இந்த உறவுகள் வெவ்வேறு நிறுவனங்களில் அந்த நபர்கள் கொண்டிருக்கும் செல்வாக்கால் பாரம்பரியமாக அங்கீகரிக்கப்படுகின்றன. பல ஆண்டுகளாக, கருத்து மாறிவிட்டது; இப்போது, வெவ்வேறு குழுக்கள் அல்லது தனிநபர்கள்

நிறுவனங்களில் செல்வாக்கு செலுத்துவதிலும், அவர்களின் செயல்பாடுகள் தொடர்பான உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைக் கோருவதிலும் ஒரே மாதிரியான முக்கியத்துவத்தைக் கொண்டிருப்பதை இது நிரூபிக்கிறது (அந்த புரிதலைப் பொருட்படுத்தாமல், ஒவ்வொரு நிறுவனத்தையும் யார் பாதிக்கிறார்கள் என்பதை வரையறுக்க கடினமாக உள்ளது.

"பங்குதாரர்களின் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு" என்பது சமூக ரீதியாக கட்டமைக்கப்பட்ட செயல்முறையாக வரையறுக்கப்படுகிறது. இது ஒரு முன்னணி நிறுவனத்திற்கும் அதன் பங்குதாரர்களுக்கும் இடையே நெருக்கமான தொடர்புகளை உருவாக்கி அவர்களின் உறவுகளை வலுப்படுத்தவும், நிறுவனத்தின் நிலைத்தன்மைக்கு பங்களிக்கவும் செய்கிறது.

பங்குதாரர் உரையாடல்

"பங்குதாரர்களின் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு" என்பது சமூக ரீதியாக கட்டமைக்கப்பட்ட செயல்முறையாக வரையறுக்கப்படுகிறது. இது ஒரு முன்னணி நிறுவனத்திற்கும் அதன் பங்குதாரர்களுக்கும் இடையே நெருக்கமான தொடர்புகளை உருவாக்கி அவர்களின் உறவுகளை வலுப்படுத்தவும், நிறுவனத்தின் நிலைத்தன்மைக்கு பங்களிக்கவும் செய்கிறது.

பங்குதாரர்களின் உரையாடலின் நன்மைகள் என்ன?

பங்குதாரர் உரையாடல்கள் திட்டமிடல் மற்றும் செயல்படுத்தல் செயல்முறைகளின் போது வெவ்வேறு கண்ணோட்டங்கள், நிலைப்பாடுகள் மற்றும் ஆர்வங்களை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்வதை சாத்தியமாக்குகின்றன. அவ்வாறு செய்வதன்



மூலம், அவை புதிய மற்றும் புதுமையான தகவல் தொடர்பு மற்றும் ஒத்துழைப்பை வளர்க்கின்றன மற்றும் பல்வேறு திறன்களை ஒருங்கிணைக்கின்றன.

1. பங்குதாரர் கோட்பாட்டின் மீதான ஆராய்ச்சி நிகழ்ச்சி நிரல், நிறுவன நோக்கங்களை பாதிக்கும் நடிகர்களை மட்டுமே கருத்தில் கொண்டு, நிறுவன ஆய்வுகளின் முக்கிய நிரோட்டத்தில் பங்குதாரர் கருத்தை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. எனினும், இந்த புரிதல் குறுகிய மற்றும் முழுமையடையாதது, ஏனெனில் அது வணிக சமூக உறவுகளின் இயக்கவியலைக் கருத்தில் கொள்ளவில்லை. தற்போது, நிறுவனங்கள் தங்கள் பங்குதாரர்களுடன் எவ்வாறு தொடர்பு கொள்கின்றன என்பது பற்றிய விவாதம் பல கோணங்களில் செல்வாக்கைப் பெறுகிறது.
2. இந்த முன்னோக்குகள் பங்குதாரர் உரையாடல் மற்றும் பங்குதாரர் உறவுகள் (காலின்ஸ் மற்றும் கேரின்ஸ் 2007) மற்றும் உறவுகளின் வலையமைப்பிற்குள் வெவ்வேறு நடிகர்களுக்கு இடையிலான பொதுவான சிக்கல்களை வலியுறுத்துகின்றன (ரோலோஃப் 2008). பங்குதாரர் உரையாடலைப் பற்றி விவாதிக்கும் போது, முதன்மையாக கவனிக்கப்படும் உறுப்பு நிறுவனங்களுக்கிடையில் உருவாக்கப்பட்ட தொடர்பு நிலை ஆகும்.
3. உரையாடல் என்பது சமூகத்தில் உள்ள ஒவ்வொரு தொடர்புகளின் தொடக்கமாகும், அது பங்குதாரர் ஈடுபாட்டை உருவாக்கக்கூடிய கூடுதல் கூறுகளை உருவாக்கலாம் அல்லது உருவாக்கத் தவறலாம். தேசாய் (2018) உரையாடல்

பங்குதாரர்களை நிறுவன நடைமுறைகளை நேரடியாக ஆய்வு செய்ய அனுமதிக்கிறது என்று வாதிடுகிறார். மேலும், பங்குதாரர் உரையாடல் வணிக சமூக உறவுகளுக்குள்ளும் அதற்கு இடையேயும் முன்னர் வரையறுக்கப்பட்ட இயக்கி இல்லாமல் நடப்பதாக உணரலாம்.

4. உறவுகளின் பண்புகள் கூட்டாக கட்டமைக்கப்பட்ட மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட ஒரு தொடர்ச்சியான மற்றும் ஆற்றல்மிக்க இயக்கத்தின் மூலம் உறவுகள் சமூகத்திலிருந்து அமைப்பு மற்றும் நேர்மாறாக முன்னேறுகின்றன. கற்றல் செயல்முறை இந்த கட்டுமானம் மற்றும் வரையறையின் மூலம் நிகழ்கிறது மற்றும் ஈடுபாடு மற்றும் உரையாடலின் மாறும் தன்மைக்கு பொறுப்பாக கருதப்படுகிறது. நிறுவனங்களுக்கும் சமூகத்திற்கும் இடையிலான உறவுகள் பரஸ்பர பண்புகளைப் பெறுகின்றன என்பதே இந்த முன்மாதிரியால் தூண்டப்பட்ட மையக் கருத்து.

### பங்குதாரர் ஈடுபாடு

வெவ்வேறு பங்குதாரர்களுடன் சமூகத்திற்குள் நிறுவனங்களின் தொடர்பு உரையாடலின் சில மூலோபாயங்களை உருவாக்குவதை விட அதிகமாக உள்ளது; இது SDGகள் போன்ற பொதுவான இலக்குகளுக்கான இந்த நடிகர்களின் அர்ப்பணிப்பின் தூண்டுதலுடன் தொடர்புடையது. பங்குதாரர் நிச்சயதார்த்த கருத்துக்கள் ஒரு செயல்முறையை உருவாக்குகின்றன (Black2006;

கிரீன்வுட் 2007; லேன் மற்றும் டெவின் 2018) பங்குதாரர்களின் முன்னோக்குகள் மற்றும் நிலைத்தன்மை கவலைகள் இரண்டையும் உள்ளடக்கியது. ஒரு நிறுவன நடைமுறையை விட, பங்குதாரர்களின் ஈடுபாடு என்பது ஒரு இயங்குதளத்தை உருவாக்கி நிர்வகிப்பதற்கான நடைமுறைகளின் தொகுப்பைக் கடந்து, பங்குதாரர்களுடன் செயல்படும் மற்றும் ஒத்துழைக்கும். இந்த நடைமுறை ஸ்கேன்களில் ஒன்று நிலைத்தன்மை ஆகும், இது நிறுவன தாக்கங்கள் தொடர்பான சொற்பொழிவுக்கு அப்பாற்பட்ட செயலை எளிதாக்குகிறது. அவர்களின் உத்திகள் மற்றும் நடைமுறைகளில் பல்வேறு SDG களை உள்ளடக்குவதற்கு, நிறுவனங்கள் தங்கள் செயல்பாடுகளில் பங்குதாரர்களுடன் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபட வேண்டும். இத்தகைய நடவடிக்கைகள் நிறுவனங்களின் சமூக வலைப்பின்னல்களுக்குள் அதிக ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் வலுவான உறவுகளுக்கு பங்களிக்கின்றன.

**நிலைத்தன்மை நடைமுறைகள் மீதான பங்குதாரர் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு:**

சமூகத்திற்குள் வலுவான உறவுகளை உருவாக்குவதில் பங்குதாரர் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாட்டின் பங்கைப் புரிந்துகொள்வதுடன், நிலைத்தன்மை நடைமுறைகளை நோக்கிய நடத்தைகளை மாற்றுவதுடன் தொடர்புடைய புதிய சவால்களை எதிர்கொள்ள வேண்டியது அவசியம். SDG கள் சமூகத்தில் மாற்றங்களை எளிதாக்கும் பரந்த வழிகாட்டுதல்கள்;

இருப்பினும், உள் மற்றும் நிறுவனங்களுக்கு இடையே புதிய நடத்தைகள் காணப்பட்டால் மட்டுமே அவை சாத்தியமாகும். உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் இணையான செயல்பாடுகள் மற்றும் அவற்றின் முதிர்ச்சியைக் கருதக்கூடிய தெளிவான பாதை தேவைப்படுகிறது. இந்தச் சூழலில், பங்குதாரர்களின் உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாட்டிற்கான ஒரு குறிப்பிடத்தக்க பாதையானது, நிறுவனங்களால் எந்த SDGகள் மையமாகக் கருதப்படுகின்றன என்பதைத் தீர்மானிப்பதோடு, அதே நேரத்தில், அவை எவ்வாறு பலப்படுத்தப்பட்ட முறையில் நேர்மறையான முடிவுகளைப் பாதிக்கலாம் என்பதையும் உள்ளடக்கியது.

உரையாடல் வடிவம் மற்றும் ஸ்கிரிப்டைப் பொறுத்து, வெவ்வேறு நிச்சயதார்த்த பரிமாணங்கள் வெளிப்படலாம். உதாரணமாக, சப்ளையர்களுடனான உரையாடல் மாற்றம் மற்றும் பேச்சுவார்த்தையாக இருக்கலாம், இது SDG பயன்பாட்டில் பல்வேறு வழிகளில் மற்ற வகையான ஈடுபாடு மற்றும் தாக்கத்தை உருவாக்கலாம். கூடுதலாக, ஒற்றை SDG நடைமுறையானது உரையாடல் மற்றும் ஈடுபாடு எவ்வாறு நிகழ்கிறது என்பதைப் பொறுத்தது. அதே எடுத்துக்காட்டைப் பின்பற்றி, அறிவுப் பகிர்வு மூலம் தொடர்புகொள்வதன் மூலம் பொறுப்பான உற்பத்திக்கான சூழலை உருவாக்க முடியுமா என்பது, பேச்சுவார்த்தைப் படிவமானது, சப்ளையர்கள் தங்கள் நடைமுறைகளை வளர்ச்சியை நோக்கி மாற்றுவதைப்

பொறுத்தது.

சமூகத்தை பெரிதும் பாதிக்கும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்குவதற்கான தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் செயல்கள்.

### இடர் மேலாண்மை மற்றும் CSR

1. இந்த விஷயத்தில் ஆபத்து என்பது வணிக செயல்பாட்டை பாதிக்கும் மற்றும் இறுதியில் அதன் லாபத்தை பாதிக்கும் சாத்தியம் கொண்டதாக வரையறுக்கப்படுகிறது.
2. ஒரு கருப்பு அன்னம் என்பது வாழ்நாளில் ஒருமுறை நிகழும் ஒரு நிகழ்வாகும், ஆனால் ஒரு வணிகம் அல்லது திட்டத்தில் பேரழிவு தரும். கோவிட்-19 தொற்றை அத்தகைய கருப்பு அன்னம் நிகழ்வுகளில் ஒன்றாக ஒருவர் பாதுகாப்பாக விவரிக்க முடியும். இருப்பினும், தொற்றுநோய்க்கு அப்பால், ஐரோப்பிய கண்டத்தின் எல்லையில் போர்கள், பிரெக்சிட், பங்குச் சந்தை வீழ்ச்சி மற்றும் எண்ட்சார்ஸ் பிரச்சாரம் உட்பட முடிவில்லாத எண்ணிக்கையிலான முக்கிய நிகழ்வுகள் உள்ளன.
3. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) நிறுவனங்களுக்கு பெரிய அபாயங்களைக் குறைக்க உதவும், குறிப்பாக அது நன்கு சிந்தித்து செயல்படுத்தப்பட்டால்.
4. CSR நிறுவனம் அதன் நற்பெயரை மேம்படுத்த உதவுகிறது, மேலும் இது அவர்களின் செயல்பாடுகளில் கடுமையான இயக்க நிலைமைகளின் தாக்கத்தை குறைக்க உதவும். எடுத்துக்காட்டாக, நிறுவனங்கள் கும்பல் நடவடிக்கையிலிருந்து விடுபடலாம் அல்லது சவாலான பாதுகாப்பு சூழ்நிலைகளில்

செயல்பட அனுமதிக்கப்படலாம். சமீபத்தில் நைஜீரியாவில், நாடு முழுவதும் கும்பல் நடவடிக்கைகளின் பின்னணியில், சில நிறுவனங்கள் மற்றவர்களுடன் ஒப்பிடும்போது இந்த கும்பல்களைப் பெறும் முடிவில் இருந்தன. கடந்த சில நாட்களாக, நிறுவனங்கள் அவசர அவசரமாக சிஎஸ்ஆர் திட்டங்களை நாட்டில் செயல்படுத்தி வருகின்றன.

5. உதாரணமாக, பல்வேறு வங்கிகள் வணிக உரிமையாளர்களுக்கு வட்டியில்லா கடன்களை வழங்குவதற்கு விரைந்து செல்வதைப் பார்ப்பது சுவாரஸ்யமானது.

6. நல்ல சிஎஸ்ஆர் கவனமாக பங்குதாரர் பகுப்பாய்வில் கட்டமைக்கப்பட்டுள்ளது. இத்தகைய பகுப்பாய்வு நிறுவனங்கள் தங்கள் பங்குதாரர்களைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் அவர்களை எவ்வாறு திறம்பட ஈடுபடுத்துவது என்றும் உதவுகிறது. பங்குதாரர்களின் சரியான புரிதல், CSR நிலைப்பாட்டில் இருந்து அவர்களுக்கு எவ்வாறு சிறந்த ஆதரவை வழங்குவது என்பதைத் தீர்மானிப்பதில் மட்டும் உதவியாக இருக்கும், ஆனால் இந்த அசாதாரண காலங்களில் பொருத்தமான வழிகளில் அவர்களின் வணிகத்தை எவ்வாறு ஈடுபடுத்துவது மற்றும் செயல்படுத்துவது என்பதிலும் உதவியாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிறுவனம் இந்த நேரத்தில் சமூகங்களுக்குத் தங்கள் ஆதரவை அதிகமாக விளம்பரப்படுத்துவது பாராட்டப்படாமல் இருக்கலாம், இல்லையெனில் அவர்கள் மக்கள் சந்திக்கும் துரதிர்ஷ்டவசமான சூழ்நிலையிலிருந்து லாபம் ஈட்ட முயற்சிப்பதாகக் கருதப்படலாம். சரியான முடிவு தொடர்பு அவர்களின்

பங்குதாரர்களின் முழுமையான புரிதலால் இயக்கப்பட வேண்டும்.

7. CSR என்பது ஒரு நிறுவனத்திற்கு ஏற்படும் அபாயத்திற்கு எதிரான காப்பீட்டுக் கொள்கையாக செயல்படுகிறது. இது நிறுவனத்திற்கு நல்லெண்ணத்தை உருவாக்குகிறது, மேலும் இது எதிர்மறையான பங்குதாரர்களின் செயல்களைக் குறைக்க உதவும். இது போன்ற நேரங்களில் CSR இன் மிதமான விளைவு, ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்படும் திறனுக்கும் இல்லாவிட்டாலும் உள்ள வித்தியாசமாக இருக்கலாம்.
8. CSR நிறுவனங்களின் நோக்கங்களை சமூகத்திற்கு சமிக்ஞை செய்கிறது, மேலும் சரியாக நிர்வகிக்கப்பட்டால், அது சமூகத்திற்கான நல்ல நோக்கங்களைக் கொண்ட ஒரு நிறுவனத்தை சித்தரிக்கும். அர்த்தமுள்ள CSR இல் ஈடுபடாமல் இருப்பது, சமூகத்தின் நலனில் அக்கறை காட்டாதது போலவும் பார்க்கலாம். சமூகம் விரும்பாத மற்றவர்களுடன் ஒப்பிடும்போது, தங்கள் ஆர்வத்தை அதிகரிக்க முயலும் அத்தகைய நிறுவனங்களுக்கு வெகுமதி அளிக்க வாய்ப்புள்ளது. CSR சமூக மூலதனத்தை உருவாக்குகிறது, இது போன்ற நேரங்களில் ஆபத்தைத் தணிக்கப் பயன்படுத்தலாம் (Godfrey, மற்றும் பலர்; 2009).
9. Jo & Na (2012) CSR ஈடுபாடு, புகையிலை, சூதாட்டம் மற்றும் ஆல்கஹால் போன்ற சர்ச்சைக்குரிய தொழில்கள் மற்றும் சர்ச்சைக்குரிய துறைகளில் உறுதியான அபாயத்துடன் எதிர்மறையாக தொடர்புடையது என்பதைக் கண்டறிந்தது. சமமாக முக்கியமானது, நிறுவனங்கள் வெறுமனே ஜன்னல்

அலங்கார வகை CSR செய்யும் போது இந்த எதிர்மறை தொடர்பு பொருந்தாது என்பதை அவர்கள் கண்டறிந்தனர்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் மூலம் பிராண்ட் உருவாக்கம் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது பல பகுதிகளில் சமூகத்திற்கு உதவ வணிகங்கள் செய்யக்கூடிய மிக முக்கியமான பங்களிப்புகளில் ஒன்றாக மாறியுள்ளது. பேரிடர் உதவி, மருத்துவ உதவி மற்றும் கல்வி போன்ற பல்வேறு துறைகளில் CSR பயன்படுத்தப்பட்டு ஒட்டுமொத்த சமுதாயத்தை மேம்படுத்துவதில் பெரும் வெற்றி பெற்றுள்ளது. டாடா, விப்ரோ மற்றும் ஜோஹோ போன்ற பெரிய நிறுவனங்கள் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு நடவடிக்கைகளில் முன்னணியில் உள்ளன.

CSR இன் கவனம் முக்கியமாக சமூகத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதிலும், அரசாங்க விதிமுறைகளுக்கு இணங்குவதிலும் உள்ளது. CSR என்பது வணிகத்தைத் தொடர நிறுவனம் மேற்கொள்ள வேண்டிய செலவாகக் கருதப்படுகிறது. இது ஒரு செலவாகக் கருதப்படும் போது, சில நிறுவனங்கள் சட்டத்தால் கட்டளையிடப்பட்டதை விட அதிகமாக செலவழிக்கத் தயங்கலாம் அல்லது மலிவு விலையில் இருப்பதைக் காட்டலாம். இருப்பினும், பிராண்டிற்கு சிறந்த பலன்களைப் பெறுவதற்காக இந்த செலவு அடிப்படையிலான அணுகுமுறையை சந்தைப்படுத்தல் அடிப்படையிலான அணுகுமுறையாக மாற்றுவது சாத்தியம்.

ஒரு நிறுவனம் CSRக்கு பணம் செலவழிக்கும் போது, அவர்கள் பரந்த சமுதாயத்தை மேம்படுத்த முயற்சி



செய்கிறார்கள். அதே நேரத்தில், CSR மற்றும் பிற ஒத்த நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் நிறுவனங்களுக்கு நுகர்வோர் அதிக நேர்மறையாக இருப்பதாக முந்தைய ஆராய்ச்சி காட்டுகிறது. CSR இன் நோக்கத்தை நுகர்வோருக்கு திறம்பட தெரிவிக்க முடியும், இதனால் அவர்கள் நிறுவனம் மீது மிகவும் நேர்மறையான அணுகுமுறையை வளர்த்துக் கொள்கிறார்கள்.

பிராண்ட் ஈக்விட்டியை உருவாக்க இந்தத் தொடர்பு எவ்வாறு உதவுகிறது?

நுகர்வோரின் நினைவகத்தில் சரியான வகை பிராண்ட் சங்கங்களை உருவாக்குவதில் தகவல்தொடர்பு முக்கியமானது என்று முந்தைய ஆராய்ச்சி காட்டுகிறது, இது மிகவும் நேர்மறையான பிராண்ட் பிம்பத்திற்கு வழிவகுக்கும். பிராண்ட் சங்கங்கள் மற்றும் பிராண்ட் படத்தை உருவாக்குவதன் மூலம் பிராண்டின் ஒட்டுமொத்த உணர்வை மேம்படுத்துவது தகவல்தொடர்பு முக்கிய பணிகளில் ஒன்றாகும். இந்த கலவையை மீண்டும் மீண்டும் வெளிப்படுத்துவதன் மூலம் பிராண்ட் பெயருடன் முக்கிய தொடர்பை இணைப்பதன் மூலம் இது செய்யப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனம் இதை அடைய முடிந்தவுடன், எந்தவொரு வெளிப்பாடு மூலமாகவும் பிராண்ட் பெயர் செயல்படுத்தப்படும்போது, நுகர்வோர் CSR செயல்பாட்டை நினைவுபடுத்த முடியும், மேலும் அவர்கள் காரணத்தில் நேர்மறையான அணுகுமுறையைக் கொண்டிருந்தால், இது பிராண்டிற்கு உதவும்.

விளம்பரம் CSR இன் இரண்டாவது முக்கிய அம்சம், CSR

பயன்படுத்தப்படும் பிராண்ட் மற்றும் லாப நோக்கமற்றது. இது மீண்டும் மீண்டும் செய்யப்படும்போது, இலாப நோக்கற்ற சில நேர்மறையான சங்கங்கள் பகிரப்பட்டு இறுதியில் பிராண்டிற்கு மாற்றப்படும். ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில், அத்தகைய நேர்மறையான சங்கங்கள் பிராண்டின் வலுவாக தொடர்புடையதாக இருக்கும், இது வலுவான மற்றும் நேர்மறையான பிராண்ட் பிம்பத்திற்கு வழிவகுக்கும். CSR இல் ஈடுபடாமல் அத்தகைய சங்கங்களை உருவாக்குவதற்கு அதிக பணம் செலவாகும் மற்றும் உண்மையில் விரும்பிய முடிவை உருவாக்காது.

விளம்பர CSR இன் மூன்றாவது முக்கிய அம்சம் பாரம்பரிய விளம்பரங்கள் மூலம் முன்னர் கிடைக்காத குறிப்பிட்ட பிரிவுகளை அடையும் திறன் ஆகும். CSR விளம்பரப்படுத்தல், பிராண்ட் இந்த வாடிக்கையாளர்களுடன் இணைக்க அனுமதிக்கும் மேலும் நேர்மறையான அணுகுமுறை மற்றும் இறுதியில் வாங்கும் எண்ணம் அல்லது உண்மையான கொள்முதல் ஆகியவற்றிற்கு வழிவகுக்கும். நிறுவனம் புதிய பிரிவுகளை அடைவதற்கும், பிராண்ட் படத்தை தெரிவிப்பதற்கும் ஆகும் செலவைக் கருத்தில் கொள்ளும்போது, CSR இந்த நோக்கத்தை அதிக செயல்திறனுடன் அடைய முடியும்.

பிராண்டுகள் CSR ஐ ஒரு முதலீடாகவும் சந்தைப்படுத்தல் பட்ஜெட்டின் ஒரு பகுதியாகவும் கருத வேண்டும். இது நிறுவனத்தின் சந்தைப்படுத்தல் நோக்கங்களுடன் இணக்கமான

பிரச்சாரங்களைத் திட்டமிட அவர்களை அனுமதிக்கும்.  
இத்தகைய பிரச்சாரங்கள் ஒரு வலுவான பிராண்ட் இமேஜ்  
மற்றும் ஈக்விட்டியை உருவாக்கி, எதிர்காலத்தில் வாங்குவதற்கு  
வழிவகுக்கும். எனவே, CSR என்பது பிராண்டிற்கும் இலாப  
நோக்கற்ற நிறுவனத்திற்கும் ஒரு வெற்றி-வெற்றி சூழ்நிலையாக  
இருக்கலாம்.

## யூனிட் IV

CSR குழுவின் கண்காணிப்பு - CSR செயல்முறை கண்காணிப்பு;  
நிலைமை கண்காணிப்பு - பயனாளி கண்காணிப்பு; நிறுவன  
கண்காணிப்பு - நிதி கண்காணிப்பு; இணக்க கண்காணிப்பு ;முடிவு  
கண்காணிப்பு - CSR செயல்பாடுகளின் உள் கண்காணிப்பு மற்றும்  
மதிப்பீடு - CSR செயல்பாடுகளின் வெளிப்புற கண்காணிப்பு மற்றும்  
மதிப்பீடு - CSR குழு மற்றும் CSR செயல்திறன் பற்றிய வாரிய  
அளவிலான ஆய்வு - CSR அறிக்கை.

## CSR செயல்பாடுகளை கண்காணித்தல் கண்காணிப்பு

i) திறன் என்பது CSR திட்டமானது உடல், நிதி மற்றும் மனித வளங்களின் மீது கொண்டிருக்கும் கட்டளையாகும், இது அதன் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சேவை செய்ய உதவுகிறது. இது CSR அவுட்ரீச், தீவிரம், தொழில்நுட்ப திறன் மற்றும் உடல் மற்றும் நிதி ஆதாரங்களால் பிரதிபலிக்கிறது. CSR துறையின் செயல்திறன் நேரடியாக அதன் திறனைப் பொறுத்தது.

ii) செயல்திறன் என்பது CSR இலக்குகளை அடையும் அளவு. CSR நடவடிக்கைகள் பல இலக்குகளைக் கொண்டுள்ளன:

- சமூக இலக்குகள் (எ.கா., பயனாளிகளின் நலன்)
- பொருளாதார இலக்குகள் (எ.கா. அதிகரித்த வருமானம்)
- செயல்பாட்டு இலக்குகள் (எ.கா., உடல் மற்றும் நிதி இலக்குகள்)

அவற்றில், செயல்பாட்டு இலக்குகள் சிறப்பு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை, ஏனெனில் அவற்றின் அடைவு மற்ற இலக்குகளை சாத்தியமாக்குகிறது.

iii) பயனாளி இலக்குக் குழு பரிந்துரைக்கப்பட்ட வளர்ச்சி நடைமுறைகளைப் பின்பற்றும் விகிதங்களால் செயல்திறன் பொதுவாக அளவிடப்படுகிறது. பல்வேறு அளவிலான சிக்கலான தத்தெடுப்பு விகிதங்கள் கருத்தரிக்கப்படலாம்.

iv) ஒரு ஹெக்டேருக்கு ஒரு பயிரின் மகசூல், குழந்தை இறப்பு விகிதம் (IMR), தாய் இறப்பு விகிதம் (MMR) போன்ற எளிய குறிகாட்டி மூலம் தாக்கத்தை அளவிட முடியும். இத்தகைய குறிகாட்டிகள் விவசாயம், சுகாதாரம் மற்றும் குடும்ப நலன்

போன்ற எந்தவொரு துறை சார்ந்த CSR திட்டங்களின் வெற்றிக்கான இறுதி சோதனைகளை வழங்குகின்றன.

**கண்காணிப்பில் உள்ள கூறுகள்**

i) உள்ளீடு:பொருட்கள், நிதிகள், சேவைகள், மனிதவளம், தொழில்நுட்பம் மற்றும் பிற வளங்கள் வெளியீடுகளின் எதிர்பார்ப்புடன் CSR திட்டத்தில் முதலீடு செய்யப்படுகின்றன.

ii) முடிவுகள்:சில விஷயங்கள் உடனடியாக நடக்கும், சில விஷயங்கள் இறுதியில், சில விஷயங்கள் இந்த இரண்டிற்கும் இடையில் (இடைநிலை). இந்த வரிசையின்படி, உற்பத்தித்திறன், உற்பத்தி மற்றும் வருமானம் போன்ற மூன்று பரந்த பிரிவுகளாக முடிவுகளைத் தொகுக்கலாம்.

iii) வெளியீடு(உடனடியான முடிவுகள்): குறிப்பிட்ட தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள், ஒரு CSR செயல்பாடு, நிர்ணயிக்கப்பட்ட நோக்கங்களை அடைவதற்காக அதன் உள்ளீடுகளில் இருந்து உற்பத்தி செய்ய எதிர்பார்க்கப்படுகிறது (அதிகரித்த நீர்ப்பாசனம், உருவாக்கப்பட்ட சுகாதார வசதி போன்றவை).

iv) விளைவு:இது திட்ட வெளியீடுகளின் பயன்பாட்டின் விளைவு ஆகும். ஒரு திட்டத்தில் எதிர்பார்க்கப்படும் விளைவுகளின் உணர்தல் விரும்பிய தாக்கத்திற்கு வழிவகுக்கும் - இடைநிலை முடிவுகள்.

v) தாக்கம்:இது திட்ட விளைவுகள் அல்லது இறுதி முடிவுகளின் விளைவு (பரந்த நீண்ட கால நோக்கங்கள் எ.கா. வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் தனிநபர் மற்றும் சமூக அளவில் வறுமையைக் குறைத்தல்). தனிநபர்களை விட ஒரு சமூகம் அல்லது

பிராந்தியத்திற்கான விளைவுகளாக தாக்கம் விவரிக்கப்படுகிறது. இது நேரடி மற்றும் மறைமுக மற்றும் முதன்மை, இரண்டாம் நிலை மற்றும் மூன்றாம் நிலை ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியிருக்கலாம்

### **கண்காணிப்பு நுட்பங்கள்**

பரந்த அளவில், கண்காணிப்பு நோக்கத்திற்காக பின்வரும் நுட்பங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன

#### **a. வழக்கமான முன்னேற்ற அறிக்கைகள்:**

முன்னேற்ற அறிக்கைகள் இலக்குகள், செயல்பாடுகள் போன்றவற்றுடன் உடல் மற்றும் நிதி முன்னேற்றத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். நிதி மற்றும் உடல் முன்னேற்ற அறிக்கையிலிருந்து, CSR நடவடிக்கைகள் எந்த அளவிற்கு நிறைவேற்றப்பட்டுள்ளன என்பதை விரைவாக மதிப்பீடு செய்ய முடியும். ஒதுக்கப்பட்ட பட்ஜெட்டில்.

#### **b. கண்காணிப்பு ஊழியர்களின் செயல்திறன் (மதிப்பாய்வு):**

CSR துறை மற்றும் திட்ட பணியாளர்களின் செயல்திறனைக் கண்காணித்தல், கொடுக்கப்பட்ட பணிகளைச் செய்ய தனிநபர்கள் திறம்பட பணியாற்றுவதை உறுதிசெய்ய முடியும். வெறுமனே, அனைத்து ஊழியர்களும் தவறாமல் சந்தித்து, அவர்களின் முன்னேற்றத்தைப் பற்றி விவாதிக்க வேண்டும், மேலும் இலக்குகள் மற்றும் நோக்கங்களுடன் இதைப் பொருத்த வேண்டும், மேலும் சிக்கல்கள் மற்றும் சாத்தியமான மாற்றங்களைப் பற்றி விவாதிக்க வேண்டும்.

#### **c. சுற்றுப்பயண அறிக்கைகள் / தள வருகைகள்:CSR**

திட்டத்தின் தரமான அம்சங்களைப் பற்றிய மிகவும் பயனுள்ள தகவல்கள், கள ஊழியர்களால் சமர்ப்பிக்கப்பட்ட சுற்றுப்பயண அறிக்கைகள் / தள வருகைகளிலிருந்து பெறப்படுகின்றன.

d. பங்கேற்பாளர் கவனிப்பு:CSR துறை ஊழியர்கள், உணர்திறன் மற்றும் முதல்நிலை நுண்ணறிவுகளைப் பெறுவதற்கான திட்டங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளை செயல்படுத்துவதைக் கவனிக்கலாம்.

e. பார்வையாளர்களிடமிருந்து கருத்து:CSR தளங்களுக்கு வருகை தரும் அனைத்து பார்வையாளர்களும் அதன் திட்டங்களில் பங்கேற்பவர்களும் அவர்களின் குறுகிய கருத்துக்களை வழங்குவதை ஊழியர்கள் உறுதி செய்கிறார்கள்.

பதிவுகள். (எ.கா., CSR செயல்பாடுகள் / வெளியீடுகள் / விளைவுகள் பற்றிய பின்னூட்டம் CSR திட்டங்களை மேலும் மேம்படுத்த உதவும்).

f. நேர்காணல்கள்:பங்குதாரர்கள் CSR திட்டங்கள் மற்றும் அதன் விளைவாக ஏற்படும் மாற்றங்கள் குறித்த அவர்களின் பதிவுகள் குறித்து நேர்காணல் செய்யப்பட வேண்டும்.

g. பங்கேற்பு கண்காணிப்பு:இதில், பங்குதாரர்களே CSR திட்டங்களைக் கண்காணிப்பதில் பங்குதாரர்களாக ஆக்கப்படுகிறார்கள். CSR துறை ஊழியர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள், அவர்கள் எவ்வாறு செயல்பட்டார்கள், என்ன பிரச்சனைகள் மற்றும் எப்படி சமாளிப்பது என்பதைப் புரிந்துகொள்வதற்காக, ஒன்றாகச் சேர்ந்து செயல்திறனைப் பற்றி விவாதித்து மதிப்பிடுகின்றனர்.



h. முக்கிய அறிவிப்பாளர்கள்:வழக்கமான பங்குதாரர்களுக்கு கூடுதலாக, CSR துறையானது பயனுள்ள தகவல் ஆதாரமாக இருக்கும் மற்றவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள முயற்சிக்க வேண்டும் (எ.கா., சம்பந்தப்பட்ட துறையின் உயர் அதிகாரிகள் / கொள்கை வகுப்பாளர்கள்).

i. புகார்கள் / குறைகள் மனுக்கள்: பங்குதாரர்களிடமிருந்து வரும் புகார்கள் மற்றும் குறைகள் உண்மையான செயல்திறனில் சிறிது வெளிச்சம் போடுகின்றன. ஒவ்வொரு CSR திட்டமும் கண்காணிப்பின் ஒரு பகுதியாக இத்தகைய தகவல் மூலத்திற்கான ஏற்பாடுகளை செய்ய வேண்டும்.

**கண்காணிப்பு வகைகள்**

செயல்முறை கண்காணிப்பு

இது பெரும்பாலும் 'செயல்பாடு கண்காணிப்பு' என்று குறிப்பிடப்படுகிறது. செயல்கள் மற்றும் வெளியீடுகள் எவ்வாறு வழங்கப்படுகின்றன என்பதை ஆராய்வதோடு, உள்ளீடுகள் மற்றும் வளங்களின் பயன்பாட்டைக் கண்காணிப்பதே அதன் ஒரே நோக்கமாக இருப்பதால், செயல்திட்டத்தின் ஆரம்ப கட்டங்களில் செயல்முறை கண்காணிப்பு செயல்படுத்தப்படுகிறது. இது பெரும்பாலும் இணக்க கண்காணிப்புடன் இணைந்து நடத்தப்படுகிறது மற்றும் தாக்கத்தின் மதிப்பீட்டில் ஊட்டப்படுகிறது.

**இணக்க கண்காணிப்பு**

பெயர் குறிப்பிடுவது போலவே, இணக்க கண்காணிப்பின் நோக்கம் நன்கொடையாளர் விதிமுறைகள், மானியம், ஒப்பந்தத்

தேவைகள், உள்ளூர் அரசாங்க விதிமுறைகள் மற்றும் சட்டங்கள், நெறிமுறை தரநிலைகள் மற்றும் மிக முக்கியமாக திட்டத்தின் எதிர்பார்க்கப்படும் முடிவுகளுக்கு இணங்குவதை உறுதி செய்வதாகும். திட்ட வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் எந்தக் கட்டத்திலும் இணக்க கண்காணிப்பின் தேவை எழலாம்.

**சூழல் கண்காணிப்பு**

சூழல் கண்காணிப்பு பெரும்பாலும் 'சூழல் கண்காணிப்பு' என்று அழைக்கப்படுகிறது. இது திட்டம் செயல்படும் ஒட்டுமொத்த அமைப்பைக் கண்காணிக்கும். திட்டச் சுழற்சியின் போது எந்த நேரத்திலும் நிறுவன, அரசியல், நிதி மற்றும் கொள்கைச் சூழலில் ஏற்படக்கூடிய அபாயங்கள், அனுமானங்கள் அல்லது எதிர்பாராத சூழ்நிலைகளைக் கண்டறிந்து அளவிட சூழல் கண்காணிப்பு உதவுகிறது. இந்த அனுமானங்களும் அபாயங்களும் வெளிப்புற காரணிகள் மற்றும் திட்டத்தின் கட்டுப்பாட்டிற்குள் இல்லை, இருப்பினும், ஒரு திட்டத்தின் வெற்றி அல்லது தோல்வியில் செல்வாக்கு செலுத்துவதற்கு சூழல் கண்காணிப்பு இவற்றை சரியான நேரத்தில் கண்டறிய உதவுகிறது.

**பயனாளிகளின் கண்காணிப்பு**

இந்த வகையான கண்காணிப்பு சில நேரங்களில் 'பயனாளி தொடர்பு கண்காணிப்பு (BCM)' என குறிப்பிடப்படுகிறது மற்றும் திட்ட சுழற்சியின் எந்த நிலையிலும் இதற்கான தேவை எழலாம். ஒரு திட்டத்துடன் தொடர்புடைய நேரடி மற்றும் மறைமுக பயனாளிகளின் ஒட்டுமொத்த உணர்வைக்

கண்காணிப்பதே இதன் முதன்மை நோக்கமாகும். இதில் பயனாளிகளின் திருப்தி அல்லது புகார்கள் மற்றும் திட்டம் மற்றும் அதன் கூறுகள், அவர்களின் பங்கேற்பு, சிகிச்சை, ஆதாரங்களுக்கான அணுகல், இவை சமமானதா, மற்றும் அவர்களின் ஒட்டுமொத்த மாற்ற அனுபவம் ஆகியவை அடங்கும். பயனாளிகளின் கண்காணிப்பு பங்குதாரர்களின் புகார்கள் மற்றும் பின்னூட்ட வழிமுறைகளையும் கண்காணிக்கிறது.

நிதி கண்காணிப்பு

நிதி கண்காணிப்பின் முக்கிய நோக்கம் ஒரு திட்டத்திற்குள் நிதி செயல்திறனை அளவிடுவதாகும். ஒதுக்கப்பட்ட பட்ஜெட்டுடன் ஒப்பிடுகையில் ஒரு திட்டத்தில் உள்ள உண்மையான செலவினங்களை இது கண்காணிக்கிறது மற்றும் குறைந்தபட்ச உள்ளீடுகளுடன் வெளியீடுகளை அதிகரிக்க உத்திகளை உருவாக்க திட்டக்குழுவுக்கு உதவுகிறது. இது பெரும்பாலும் 'செயல்முறை' மற்றும் 'இணக்கம்' கண்காணிப்புடன் இணைந்து நடத்தப்படுகிறது மற்றும் பொறுப்புக்கூறல் மற்றும் அறிக்கையிடல் நோக்கங்களுக்காக முக்கியமானது.

நிறுவன கண்காணிப்பு

பெயர் குறிப்பிடுவது போல, நிறுவன கண்காணிப்பு நிறுவன மேம்பாடு, தகவல் தொடர்பு, ஒத்துழைப்பு, நிலைத்தன்மை மற்றும் திறன் மேம்பாடு ஆகியவற்றை ஒரு நிறுவனத்திற்குள் மற்றும் அதன் கூட்டாளர்கள் மற்றும்

பங்குதாரர்களுடன் திட்ட செயலாக்கம் தொடர்பாக  
கண்காணிக்கிறது.

முடிவுகள் கண்காணிப்பு

இங்குதான் மதிப்பீட்டுடன் பின்னிப்பிணைந்ததைக்  
கண்காணித்தல். இலக்கு மக்கள்தொகையில் ஒரு திட்டத்தின்  
ஒட்டுமொத்த விளைவுகள் மற்றும் தாக்கங்களை நிரூபிக்க இது  
தரவுகளை சேகரிக்கிறது. திட்டம் அதன் நோக்கம் கொண்ட  
முடிவுகளை நோக்கி சரியான பாதையில் செல்கிறதா மற்றும்  
திட்டமிடப்படாத தாக்கங்கள் ஏதேனும் உள்ளதா என்பதைத்  
தீர்மானிக்க திட்டக் குழுவுக்கு இது உதவுகிறது.

மதிப்பீட்டின் வகைகள்

உருவாக்கும் மதிப்பீடு

இது பொதுவாக திட்ட அமலாக்க கட்டத்திற்கு முன்  
நடத்தப்படுகிறது. ஆனால் திட்டத்தின் தன்மையைப் பொறுத்து,  
அது செயல்படுத்தும் நிலையிலும் தொடரலாம். திட்டத்தின்  
அவசியத்தை ஆராய்வதற்கும், ஆரம்ப திட்ட நிலை குறித்த  
விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதற்கும், கவலைக்குரிய  
பகுதிகளைக் கண்டறிந்து, திட்டச் செயலாக்கம் மற்றும்  
இணக்கத்திற்கான பரிந்துரைகளை வழங்குவதற்கும் அடிப்படைத்  
தரவை உருவாக்குவதே இதன் முக்கிய நோக்கமாகும்.

செயல்முறை மதிப்பீடு

திட்ட அமலாக்க கட்டம் தொடங்கியவுடன் இது  
நடத்தப்படுகிறது. திட்டச் செயல்பாடுகள் திட்டமிட்டபடி  
செயல்படுத்தப்பட்டு சில வெளியீடுகளில் விளைந்ததா என்பதை

இது மதிப்பிடுகிறது. ஒரு திட்டத்தின் குறைபாடுகளைக் கண்டறிவதில், தேவையான மேம்பாடுகளைச் செய்வதற்குத் திட்டம் இன்னும் நடந்துகொண்டிருக்கும்போது, செயல்முறை மதிப்பீடு பயனுள்ளதாக இருக்கும். இது திட்டத்தின் நீண்ட கால நிலைத்தன்மையை மதிப்பிடவும் உதவுகிறது.

விளைவு மதிப்பீடு

திட்ட நடவடிக்கைகள் செயல்படுத்தப்பட்டவுடன் இந்த வகை மதிப்பீடு நடத்தப்படுகிறது. இலக்கு மக்கள்தொகையில் நடவடிக்கைகளின் உடனடி விளைவுகள் அல்லது விளைவுகளை இது அளவிடுகிறது மற்றும் திட்டத்தின் செயல்திறனை அதிகரிக்க மேம்பாடுகளைச் செய்ய உதவுகிறது.

சுருக்க மதிப்பீடு

திட்டத்தின் செயல்திறன் மற்றும் அதன் தலையீடுகளால் வெளிப்படும் உடனடி மாற்றங்களை மதிப்பிடுவதற்கு இது திட்ட முடிவிற்குப் பிறகு உடனடியாக நிகழ்கிறது. மொத்த மதிப்பீடு என்பது, உண்மையான விளைவுத் தரவை அடிப்படைத் தரவோடு ஒப்பிட்டு, திட்டமானது உத்தேசிக்கப்பட்ட விளைவுகளைத் தயாரிப்பதில் வெற்றிகரமாக இருந்ததா அல்லது இலக்கு மக்களுக்கு உத்தேசிக்கப்பட்ட பலன்களைக் கொண்டுவருகிறதா என்பதைத் தீர்மானிக்கிறது. இது திட்டத்தின் சான்றுகளை வழங்குகிறது

பங்குதாரர்கள் மற்றும் நன்கொடையாளர்களுக்கு வெற்றி அல்லது தோல்வி, திட்டத்தை நீட்டிப்பதற்காக அதிக நேரத்தையும் பணத்தையும் முதலீடு செய்வது அர்த்தமுள்ளதா

என்பதை தீர்மானிக்க உதவுகிறது.

தாக்க மதிப்பீடு

தாக்க மதிப்பீடு ஒரு திட்டத்தின் விளைவாக நீண்டகால தாக்கம் அல்லது நடத்தை மாற்றங்கள் மற்றும் இலக்கு சமூகம் அல்லது மக்கள் தொகையில் அதன் தலையீடுகளை மதிப்பிடுகிறது. திட்டம் அதன் மேலாண்மை மற்றும் விநியோகத்தில் கவனம் செலுத்துவதை விட, இறுதி இலக்கை அடையும் அளவை இது மதிப்பிடுகிறது. இவை பொதுவாக திட்டம் முடிந்த பிறகு அல்லது திட்ட சுழற்சியின் இறுதி கட்டத்தில் நிகழும். இருப்பினும், சில நீண்ட திட்டங்களில், திட்ட அமலாக்க கட்டத்தின் போது அல்லது தாக்க அளவீடு தேவைப்படும் போதெல்லாம் இது குறிப்பிட்ட இடைவெளியில் நடத்தப்படலாம்.

நிகழ் நேர மதிப்பீடு

திட்டத்தை செயல்படுத்தும் கட்டத்தில் நிகழ்நேர மதிப்பீடு மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இது பெரும்பாலும் அவசரகால சூழ்நிலைகளின் போது நடத்தப்படுகிறது, அங்கு தொடர்ந்து செயல்படுத்தப்படுவதை மேம்படுத்துவதற்கு மாற்றங்களுக்கான உடனடி கருத்து தேவைப்படுகிறது. தாக்க மதிப்பீடு அல்லது பொறுப்புக்கூறல் ஆகியவற்றில் உடனடி பாடம் கற்பதில் முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படுகிறது.

பங்கேற்பு மதிப்பீடு

திட்டச் செயலாக்கத்தை மேம்படுத்த பயனாளிகள், முக்கிய பங்குதாரர்கள் மற்றும் கூட்டாளர்களுடன் இணைந்து இந்த

வகை மதிப்பீடு நடத்தப்படுகிறது. பங்கேற்பு மதிப்பீடு திறன், ஒருமித்த கருத்து, உரிமை, நம்பகத்தன்மை மற்றும் கூட்டு ஆதரவை உருவாக்குவதால் சம்பந்தப்பட்ட அனைவருக்கும் அதிகாரம் அளிக்கும்.

கருப்பொருள் மதிப்பீடு

இத்தகைய மதிப்பீடு பல திட்டங்கள், திட்டங்கள் அல்லது முழு நிறுவனத்திலும் ஒரு கருப்பொருளில் கவனம் செலுத்துகிறது. கருப்பொருள் பாலினம், இடம்பெயர்வு, சூழல் போன்ற எதுவாகவும் இருக்கலாம்.

கிளஸ்டர் அல்லது துறை மதிப்பீடு

பெயர் குறிப்பிடுவது போலவே, இந்த மதிப்பீடு பெரிய வளர்ச்சி மற்றும் மனிதாபிமான துறைகளால் செயல்படுத்தப்படுகிறது, இதில் பல்வேறு நிறுவனங்கள், திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள் போன்ற கருப்பொருள் பகுதிகளில் செயல்படும் குழு அடங்கும். இது பல்வேறு திட்டங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களில் ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட செயல்பாடுகளின் தொகுப்பை மதிப்பிடுகிறது. இதன் விளைவாக, இந்த முக்கிய துறைகளுக்குள் கூட்டாண்மைகளை வலுப்படுத்துகிறது, அதே நேரத்தில் அவற்றின் ஒருங்கிணைப்பு, பொறுப்புக்கூறல், முன்கணிப்பு மற்றும் பதில் திறன் ஆகியவற்றை மேம்படுத்துகிறது.

மெட்டா மதிப்பீடு

மதிப்பீட்டு செயல்முறையை மதிப்பிடுவதற்கு இது பயன்படுத்தப்படுகிறது. எதிர்கால மதிப்பீட்டு வகைகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கும், மதிப்பீட்டுக் கொள்கை மற்றும் நல்ல நடைமுறைகளுக்கு இணங்குவதைச் சரிபார்க்கவும், நிறுவனக் கற்றல் மற்றும் மாற்றத்திற்காக மதிப்பீடுகள் எவ்வளவு சிறப்பாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதை மதிப்பிடவும் மெட்டா மதிப்பீடுகள் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

கண்காணிப்பு ஒரு உள் பணியாளர் உறுப்பினரால் நடத்தப்படுகிறது, அதேசமயம், மதிப்பீடுகள், அதன் வகையைப் பொறுத்து, உள் குழு உறுப்பினர்கள் அல்லது வெளிப்புற ஆலோசகர்கள்/நிபுணர்களால் நடத்தப்படலாம். உள் மதிப்பீடு ஊழியர்களின் திறன் மற்றும் உரிமையை உருவாக்க உதவும் ஆனால் சில நேரங்களில் அவை அகநிலையாக இருக்கலாம். மறுபுறம், வெளிப்புற மதிப்பீடு ஒரு அளவிலான புறநிலை மற்றும் தொழில்நுட்ப நிபுணத்துவத்தைக் கொண்டுவருகிறது மற்றும் மிகவும் வெளிப்படையானதாகவும் பொறுப்புக்கூறக்கூடியதாகவும் இருக்கும்.

**CSR திட்டங்களின் நிதி கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு**

Financial M & E என்பது 'நிதி கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு' என்பதைக் குறிக்கிறது. திட்டம் செயல்படுத்தப்படும் போது 'கண்காணிப்பு' செயல்பாடு நிகழ்கிறது, அதே நேரத்தில் 'மதிப்பீடு' செயல்பாடு முழு திட்டமும் முடிந்த பிறகு அல்லது திட்டங்களின் தொடர்புடைய



கூறுகளை முடித்த பிறகு நிகழும். பொதுவாக, "நிதி கண்காணிப்பு" செயல்பாடு பின்வரும் அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளது:

1) இந்தச் செயல்பாடு ஒரு முறை மட்டும் அல்ல, ஆனால் திட்டச் செயல்பாட்டின் வாழ்நாளில் அவ்வப்போது நிகழும் தொடர்ச்சியான மற்றும் நடந்துகொண்டிருக்கும் செயலாகும். இது திட்டத்தில் குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் நிதி வரவைக் கண்காணிப்பதையும், நிரல் செயலாக்கங்களுக்கு அதன் பயன்பாட்டையும் உள்ளடக்கியது.

2) நிதிக் கண்காணிப்பின் கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் முடிவுகள் உடனடியாக தொடர்புடைய செயல்பாட்டாளர்களுக்குத் தெரிவிக்கப்பட்டு, நிச்சயமாகத் திருத்தங்களின் செயல்பாட்டில் எளிதாக்கப்பட வேண்டும். "மதிப்பீடு" செயல்பாடு திட்டத்தில் பணப்புழக்க இயக்கத்தின் மதிப்பீட்டை உள்ளடக்கியது.

### **இணக்க கண்காணிப்பு**

CSR முன்முயற்சிகளின் அடிப்பகுதியை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் அதன் செயல்திறனை மேம்படுத்துவதற்கும் கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு இன்றியமையாத அங்கமாகும். கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு நிறுவனங்களின் கொள்கைகள், திட்டங்கள் மற்றும் திட்டங்களின் செயல்திறன் பற்றிய தனிப்பட்ட தகவலை வழங்க முடியும். CSR தலையீடுகளில் நிலம் சார்ந்த சொத்துக்கள் மற்றும் பயனாளிகளின் பங்கைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் வணிக நிறுவனங்களின் செயல்திறனை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் மதிப்பாய்வு செய்வதற்கும் இது வணிக நிறுவனங்களுக்கு உதவுகிறது. தொழில்கள் அல்லது நிறுவனங்களால் செயல்படுத்தப்படும்

தனிப்பட்ட திட்டங்கள் மற்றும் பல-கூறு தலையீடுகள் ஆகிய இரண்டிற்கும் கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீட்டு முறைகள் பயன்படுத்தப்படலாம்.

CSR செயல்பாடுகளை அளவிடுவதற்கும் கண்காணிப்பதற்கும் பல்வேறு கருவிகள் உள்ளன:

**a. பணியாளர் மற்றும் வாடிக்கையாளர் ஆய்வுகள்:**

ஊழியர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களிடம் நடத்தப்பட்ட பல்வேறு ஆய்வுகளின் முடிவுகளை பகுப்பாய்வு செய்வதன் மூலம் CSR செயல்பாடுகளை அளவிட முடியும்.

**b. பொது மனப்பான்மை மற்றும் நம்பிக்கை ஆய்வுகள்:**

சமூகத்தில் நடத்தப்பட்ட பல்வேறு ஆய்வுகளின் முடிவுகளை பகுப்பாய்வு செய்வதன் மூலம் CSR செயல்பாடுகளை அளவிட முடியும்.

**c. பணியாளர் பாதுகாப்பு:**

பணியாளர்களின் பாதுகாப்பிற்காக நிறுவனங்கள் பல்வேறு சமூக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றன. பணியாளர் பாதுகாப்பு CSR செயல்பாடுகளை கண்காணித்து அளவிடுவதன் மூலம் அளவிட முடியும்.

**d. கழிவு மேலாண்மை:**

கழிவு மேலாண்மையில் தொடர்ச்சியான திறமைகளை அமைப்பதன் மூலம், கழிவு மேலாண்மை கவலைகளை எழுப்பும் வணிகம் செய்வதால் ஏற்படக்கூடிய அபாயங்களை இது கண்காணித்து நிவர்த்தி செய்கிறது.

**e. மீடியா கவரேஜ்:**

CSR நடவடிக்கைகள் நேர்மறை அல்லது எதிர்மறையான ஊடக கவரேஜ் மூலம் அளவிடப்படலாம்.

**f. சக மற்றும் நிபுணர் மதிப்பீடு:**

CSR செயல்பாடுகளை மதிப்பீட்டு குழு மூலம் அளவிட முடியும்.

**CSR திட்டங்களின் கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு**

வளர்ச்சிச் செயல்பாடுகளைக் கண்காணித்தல் மற்றும் மதிப்பீடு

செய்தல், கடந்த கால அனுபவங்களிலிருந்து

கற்றுக்கொள்வதற்கும், சேவை வழங்கல் முறையை

மேம்படுத்துவதற்கும், முறையான திட்டமிடல் மற்றும் வள

ஒதுக்கீட்டை மேம்படுத்துதல் மற்றும் முக்கிய

பங்குதாரர்களுக்குப் பொறுப்புக்கூறலின் ஒரு பகுதியாக

முடிவுகளை நிரூபித்தல் ஆகியவற்றுக்கு சிறந்த

வழிமுறைகளை கார்ப்பரேட் துறைக்கு வழங்குகிறது (பிரசாத்

மற்றும் சம்பத் குமார், 2011). M&E ஆனது பல்வேறு வகையான

பங்குதாரர்களுடன் ஆலோசனை மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு

மற்றும் ஈடுபடும் திறனை மேம்படுத்துவதற்கான ஒரு

கருவியாகவும் பார்க்கப்படலாம். இந்த இரண்டும் அடிப்படையில்

பிரிக்க முடியாத கூட்டாண்மைகள் மற்றும் தரம் மற்றும்

நிலைத்தன்மையை மேம்படுத்துவதற்கு பெருநிறுவன

குடியுரிமை தலையீடுகளுக்கு மிக முக்கியமான கருவிகள்.

கார்ப்பரேட் துறையானது முடிவு சார்ந்த செயல்திறனை

நோக்கிச் செயல்படுவதையும், உள்ளூர் சமூகங்களில் முதலீடு

செய்வதும் நிலையான, ஆரோக்கியமான மற்றும் நிலையான

வணிகச் சூழலுக்குப் பங்களிப்பதற்கு ஒரு முன்நிபந்தனையாகக் காணப்படுவதை சான்றுகள் வெளிப்படுத்துகின்றன.

முதலீடுகள் பாதுகாக்கப்படும் மற்றும் வருமானத்தை அளிக்கும் (நிலையான வளர்ச்சிக்கான உலக வணிக கவுன்சில், 2003). இருப்பினும், சில சந்தர்ப்பங்களில், கார்ப்பரேட் துறையானது சிக்கல்களின் ஒன்றோடொன்று தொடர்புடைய தன்மையைப் புரிந்துகொள்வதில் இன்னும் உறுதியாக உள்ளது மற்றும் சமூக மேம்பாட்டுத் திட்டங்களைத் திட்டமிடுவதற்கும், செயல்படுத்துவதற்கும், நிர்வகிப்பதற்கும், அளவிடுவதற்கும் மற்றும் அறிக்கை செய்வதற்கும் திறன் இல்லை.

இதன் விளைவாக, தோல்வியுற்ற வளர்ச்சி மாதிரிகள் நகலெடுக்கப்படுகின்றன மற்றும் அவர்களின் திட்டங்களின் உண்மையான பயனாளிகள், அதாவது, சமூகங்கள், திட்டங்களில் ஈடுபடவில்லை, அர்ப்பணிப்புடன் மற்றும் ஆதரிக்கவில்லை. கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீட்டு முறையின் தொடர்ச்சியான செயல்முறையானது சமூகப் பொறுப்புள்ள செயல்பாடுகளை மேம்படுத்துவதில் நல்ல முடிவுகளைத் தரும். மக்களின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப கார்ப்பரேட் துறையின் திட்டமிட்ட தலையீடுகள் மற்றும் சுறுசுறுப்பான குடியரிமையுடன் திட்டங்களை செயல்படுத்துதல் ஆகியவை கண்காணிப்பின் தரத்தை மேம்படுத்தும்.

## CSR திட்டங்களின் மதிப்பீடு

மதிப்பீடு என்பது நடந்து கொண்டிருக்கும் அல்லது முடிக்கப்பட்ட திட்டம், திட்டம் அல்லது கொள்கை, அதன் வடிவமைப்பு, செயல்படுத்தல் மற்றும் முடிவுகளின் முறையான மற்றும் புறநிலை மதிப்பீடாகும். ஒரு CSR திட்டத்தின் மதிப்பீட்டின் நோக்கம், நோக்கங்களின் பொருத்தம் மற்றும் நிறைவேற்றம், வளர்ச்சி திறன், செயல்திறன், தாக்கம் மற்றும் நிலைத்தன்மை ஆகியவற்றை தீர்மானிப்பதாகும். அத்தகைய மதிப்பீடு நம்பகமான மற்றும் பயனுள்ள தகவலை வழங்க வேண்டும், பெறுநர்கள் மற்றும் நன்கொடையாளர்களின் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையில் கற்றுக்கொண்ட பாடங்களை இணைக்க உதவுகிறது. மதிப்பீடு என்பது ஒரு செயல்பாடு, கொள்கை அல்லது திட்டத்தின் மதிப்பு அல்லது முக்கியத்துவத்தை நிர்ணயிக்கும் செயல்முறையையும் குறிக்கிறது.

ஒரு கார்ப்பரேட் ஒரு திட்டத்தின் செயல்திறன் மற்றும் தாக்கத்தை அளவிடுவதற்கு பல்வேறு காரணங்கள் உள்ளன. தாக்கத்தை அளவிடுவதற்கான காரணங்கள் ஒரு இலாப நோக்கற்ற அமைப்பு அல்லது ஒரு சர்வதேச மேம்பாட்டு நிறுவனத்திலிருந்து ஒரு பெருநிறுவன நிறுவனத்திற்கு பெரிதும் வேறுபடும், மேலும் ஒவ்வொன்றும் வெவ்வேறு விளைவுகளை எதிர்பார்க்கும். பல மாதிரிகள் தொழில்துறையின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப அவற்றின் தாக்க மதிப்பீட்டு நுட்பங்களைத் தனிப்பயனாக்குவதில்லை. ஒவ்வொரு நிரலும் அதன் சொந்த சூழலில் மற்றும் அதன் சொந்த குறிகாட்டிகளுக்குள் மதிப்பீடு

செய்யப்பட வேண்டும் (அடுத்த தலைமுறை, 2011). Rossouw (2011) CSR திட்டங்கள் பெரும்பாலும் அடிமட்ட மட்டத்தில் செயல்படுகின்றன, எனவே, நிலையான பதிவுகள் இல்லாதது, நம்பகமானவை கிடைக்காதது.

மதிப்பீடுகளை நடத்துவதற்கான தரவு மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட ஆதாரங்கள் அளவிட்டு மாதிரிகளின் செயல்திறனைப் பாதிக்கும் காரணிகளைத் தடுக்கின்றன. தற்போதுள்ள மாடல்களில் ஒருங்கிணைந்த அணுகுமுறையும் இல்லை. தரமான சிக்கல்கள் அடிக்கடி புறக்கணிக்கப்படுகின்றன, அதேசமயம் அளவு சிக்கல்கள் மிகைப்படுத்தப்படுகின்றன. சமூக தாக்க மதிப்பீடுகள் மற்றும் அறிக்கையிடல் தொடர்பான பொதுவான நடைமுறை இல்லாததன் விளைவாக, ஆய்வு செய்யப்பட்ட பல முயற்சிகள் நிதி அடிப்படையில் மட்டுமே தீர்மானிக்கப்படுகின்றன, அவற்றின் சமூக இலக்குகள் செயல்பாட்டுத் தேர்வுகளுக்கு முதன்மை இயக்கியாக இருந்தாலும், அல்லது சமூக இலக்குகள் ஆரம்பத்தில் இருந்தே முதலீடு அல்லது பரோபகார மூலதனத்திற்கான முக்கிய உந்துதல்.

2. சமூக முன்முயற்சிகளின் விளைவுகளைக் கண்காணிப்பதற்கான அளவிட்டு நிலைகள் சமூக/சமூக மேம்பாடு மற்றும் முதலீட்டுத் திட்டங்கள் தொடர்பாக முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் பங்கேற்பு பங்குதாரர்களிடமிருந்து மிகவும் மேற்கோள் காட்டப்பட்ட கேள்விகள்: "சமூக தாக்கம்/விளைவு/அபிவிருத்தித் திட்டத்தின் மாற்றம் எவ்வாறு அளவிடப்படுகிறது?"

Triallouge (2014) படி நிறுவனங்கள் தங்கள் முதலீட்டு முயற்சிகளை பல்வேறு அளவுகளில் கண்காணிக்கின்றன. கீழே கோடிட்டுக் காட்டப்பட்டுள்ள ஐந்து நிலை அளவீடுகள் முற்போக்கான அளவீடுகளை விவரிக்கின்றன மற்றும் குறுகிய கால அல்லது நீண்ட கால மற்றும் அளவு அல்லது தரமான, தலையீடுகளின் முடிவுகளை அளவிடுவதற்குப் பயன்படுத்தலாம்.

- **உள்ளீடுகள்-** குறிப்பிட்ட நடவடிக்கைகளுக்கு ஒதுக்கப்படும் அனைத்து வளங்களும் (மனித, நிதி மற்றும் பிற) (எ.கா., பணியாளர் நேரம், உள்கட்டமைப்பு, வாகனங்கள், நிதி மற்றும் பொருட்கள்)

- **செயல்பாடுகள்** பல்வேறு உள்ளீடுகளை குறிப்பிட்ட வெளியீடுகளாக மாற்றும் நோக்கத்துடன் நியமிக்கப்பட்ட செயல்கள் (எ.கா., பொருட்களை விநியோகித்தல், மக்களுக்கு பயிற்சி அளித்தல், உபகரணங்களை நன்கொடையாக வழங்குதல், உள்கட்டமைப்பை உருவாக்குதல், நோயாளிகளுக்கு ஆலோசனை வழங்குதல், கற்பவர்களுக்கு உணவளித்தல்)

- **வெளியீடுகள்-** நடவடிக்கைகளின் நேரடி முடிவு. இவை குறுகிய கால முடிவுகளாகும், அவை உடனடி, தெரியும், உறுதியானவை (எ.கா., பயிற்சி பெற்றவர்களின் எண்ணிக்கை, விநியோகம் செய்யப்பட்ட பொருட்கள் அல்லது சமூக உறுப்பினர்கள் சிகிச்சை பெற்றவர்கள்). வணிகத்திற்கான வெளியீடுகளில் உருவாக்கப்படும் மக்கள் தொடர்புகளின் மதிப்பு, சம்பந்தப்பட்ட வணிகப் பங்குதாரர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் ஈடுபடும் பணியாளர்களின் எண்ணிக்கை ஆகியவை அடங்கும்.

• முடிவுகள் நடத்தை மாற்றம், புதிய அறிவு, திறன்கள் அல்லது நல்வாழ்வில் குறிப்பிட்ட மாற்றங்கள். இவை குறுகிய கால வெளியீடுகளின் (எ.கா., நடத்தை, அறிவு அல்லது திறன்கள், மேம்படுத்தப்பட்ட தரங்கள் மேம்படுத்தப்பட்ட சுகாதார சேவைகள், மேம்பட்ட சுயமரியாதை) ஆகியவற்றின் குறிப்பிட்ட கலவையை அடைவதன் விளைவாக நடுத்தர கால வளர்ச்சி முடிவுகள் ஆகும். விளைவுகளில் மேம்படுத்தப்பட்ட ஊழியர்களின் மன உறுதி, அதிகரித்த வாடிக்கையாளர் விழிப்புணர்வு அல்லது மேம்பட்ட பெருநிறுவன நற்பெயர் ஆகியவை அடங்கும்.

• தாக்கம்- திட்டத்தின் பரந்த நீண்ட கால விளைவுகள். நடுத்தர மற்றும் குறுகிய கால முடிவுகளின் தர்க்கரீதியான விளைவாக சமூகம், சமூகம் அல்லது அமைப்பு-நிலை மாற்றங்கள் இதில் அடங்கும் (எ.கா. கல்வி முறையின் மேம்பட்ட செயல்திறன், எச்.ஐ.வி பரவல் குறைப்பு, அதிக படித்த அல்லது ஆரோக்கியமான மக்கள், அதிகரித்த திறன்) நிறுவனங்கள் அவர்களின் சமூக முன்முயற்சிகளின் விளைவுகளைக் கண்காணிக்க இந்த அளவீட்டு நிலைகளின் கலவையை அளவிடும் குறிகாட்டிகளைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் மற்றும் பொதுவாக ஒவ்வொரு திட்டங்களின் முதலீட்டு நிலை அல்லது மூலோபாய மதிப்பிற்கு ஏற்ற அணுகுமுறையைப் பின்பற்ற அறிவுறுத்தப்படுகிறது. இருப்பினும், குறைவான பொதுவானது தாக்க அளவீடு ஆகும், இருப்பினும் வியக்கத்தக்க மூன்றில் இரண்டு பங்கு நிறுவனங்கள் தாக்கத்தைக் கண்காணிப்பதாகக்



கூறுகின்றன. அமெரிக்க கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களின் மீதான ஆராய்ச்சி, அளவீடுகளின் அதிக நிகழ்வுகளை பரிந்துரைக்கிறது.

3) சமூக முதலீட்டின் விளைவுகளை கண்காணிப்பது Gubic (2015) நம்புகிறது, சமூக முதலீட்டின் விளைவுகளை கண்காணிப்பது நன்கொடையாளர்களுக்கும் பெறுநர்களுக்கும் இடையே பகிரப்பட்ட பொறுப்பாக மாறுகிறது, அங்கு நீண்ட கால தாக்கத்தைச் சுற்றியுள்ள எதிர்பார்ப்புகளை நிர்வகிப்பதற்கும் பாடங்களைப் பிரித்தெடுப்பதற்கும் பொதுவான புரிதலை அடைய வேண்டும். எதிர்கால தலையீடுகளை வழிநடத்தும்.

4) அவர்கள் ஆதரிக்கும் மற்றும் கண்காணிக்கும் நபர்களின் வாழ்க்கையை மாற்றியமைக்கும் முடிவுகள் அவர்களின் செயல்பாடுகளைக் கண்காணிப்பதை உள்ளடக்கிய ஒரு நிர்வாக நடைமுறையாகக் கருதப்பட வேண்டும், அதே சமயம் மதிப்பீடு என்பது மிகவும் பிரதிபலிப்பு செயல்முறையாகும். ஒரு மூலோபாய நோக்கம் (முயற்சி, 2015). Gubic (2015) அறிக்கைகள் அளவீட்டு பணியை அதிக உணர்திறனுடன் அணுக வேண்டும். M&E என்பது ஒரு நிர்வாகமாக அதிகளவில் தேவைப்படுகிறது.

5) கண்காணிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு பெருகிய முறையில் நன்கொடையாளர் தேவையாக மாறி வருகிறது, பல கார்ப்பரேட் நிறுவனங்கள் தங்கள் வளர்ச்சிப் பணிகளின் தாக்கத்தை அளவிடுவதில் முதலீடு செய்கின்றன (ஆர்ச்சர், 2015).

6) M&E செயல்முறைகள் CSR திட்டமிடல் மற்றும்

மேலாண்மை முடிவுகளை மேம்படுத்தி, பகிரப்பட்ட மதிப்பு மற்றும் நிலைத்தன்மையில் கவனம் செலுத்த உதவுகின்றன.

குழுவின் முறைப்படுத்தப்பட்ட கார்ப்பரேட் சமூக முதலீட்டு (CSI) போர்ட்:போலியோ மூலம் நல்ல பெருநிறுவன குடியுரிமையின் இந்த மரபு இன்றும் வாழ்கிறது, இது அதிகாரம் பெற்ற மற்றும் பொருளாதார ரீதியாக சுதந்திரமான மக்கள்தொகையை உருவாக்குவதில் அரசாங்கத்தின் முன்னுரிமைகளுடன் மூலோபாயரீதியாக ஒத்துப்போகிறது.

7 )CSI இன் கவனம் நிலைத்தன்மைக்கு பொதுவான முக்கியத்துவத்தை எதிரொலிக்கிறது, இது அதன் அன்றாட நடவடிக்கைகளில் நிறுவனத்திற்கு அடித்தளமாக உள்ளது. ஆதரிக்கப்படும் அனைத்து திட்டங்களும் பயனாளிகளின் வாழ்க்கையில் நீடித்த மற்றும் நீடித்த மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. திட்டக் கூட்டாண்மைகள் சமூகத்தின் ஒட்டுமொத்த தாக்கத்தை அதிகரித்து, அதிகமான சமூகங்களில் பிரதிபலிக்கக்கூடிய சிறந்த நடைமுறை மாதிரிகளை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் உருவாக்கப்படுகின்றன.

**வாரியம் மற்றும் CSR இல் அதன் பங்கு**

இயக்குநர்கள் குழு CSR இன் நிர்வாகம், கலாச்சாரம் மற்றும் மேலாண்மைக்கு பொறுப்பு மற்றும் மேற்பார்வையிடுகிறது.

CSR இன் பங்குதாரர்கள் இயக்குநர்களின் நியமனத்தை அங்கீகரித்து, நிறுவனத்தின் செயல்திறனுக்காக அவர்களைப் பொறுப்பேற்க வேண்டும். நிறுவனத்தில் திறம்பட கார்ப்பரேட்

நிர்வாகக் கட்டமைப்பு செயல்படுவதை உறுதி செய்வதே இயக்குநர்களின் பொறுப்பின் முக்கிய பகுதியாகும்.

பங்குதாரர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், பணியாளர்கள், கடன் வழங்குபவர்கள் மற்றும் பொது மக்களின் நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு, நியாயமான நிதி மற்றும் வளர்ச்சி இலக்குகள் நிர்ணயிக்கப்பட்டு அடையப்படுவதையும், இடர் சரியாக நிர்வகிக்கப்படுவதையும் நிர்வாகக் கட்டமைப்பு உறுதி செய்ய வேண்டும். அத்துடன், CSR இன் பெருநிறுவன ஆளுகை கலாச்சாரம் - எங்கள் வணிகம் செய்யும் முறை - வாரியம் மற்றும் மூத்த நிர்வாகத்தின் தலைமை உட்பட, CSR இன் தொடர்ச்சியான வெற்றிக்கு முக்கியமானது.

இந்த வாரிய சாசனம் CSR வாரியத்தின் செயல்பாடுகளை அமைக்கிறது - வாரியம் மற்றும் அதன் குழுக்களின் அமைப்பு, சுதந்திரத்தின் தேவை மற்றும் இயக்குநர்களின் பிற கடமைகளை விவரிக்கிறது.

### வாரியத்தின் செயல்பாடுகள்

நிறுவனத்தின் சொத்துக்கள் மற்றும் நற்பெயரைப் பாதுகாக்கும் அதே வேளையில் பங்குதாரர்களுக்கு நிலையான மதிப்பை உருவாக்க வாரியம் பாடுபடுகிறது. அதன் செயல்பாடுகள் அடங்கும்:

CSR உத்திகள், வரவு செலவுத் திட்டங்கள், திட்டங்கள் மற்றும் பெருநிறுவனக் கொள்கைகளை அங்கீகரித்தல்;

நிர்வாகத்தின் செயல்திறன் மற்றும் வணிக உத்திகளின் தொடர்ச்சியான பொருத்தம் ஆகிய இரண்டையும் கண்காணிக்க

வணிகத் திட்டங்களுக்கு எதிரான செயல்திறனை மதிப்பிடுதல்;

நிறுவனத்தின் நிலையைப் புரிந்து கொள்ள இயக்கத் தகவலை மதிப்பாய்வு செய்தல்;

முன்மொழியப்பட்ட கையகப்படுத்துதல்கள், விலக்குகள் மற்றும் குறிப்பிடத்தக்க மூலதனச் செலவுகள் குறித்த நிர்வாகப் பரிந்துரைகளைக் கருத்தில் கொண்டு;

மூலதன மேலாண்மை, பங்கு வெளியீடு அல்லது ஒதுக்கீடு, கடன்கள் மற்றும் பிற நிதியுதவி திட்டங்கள், குழு அல்லாத பொறுப்புகள் மற்றும் மறுசீரமைப்புகள் மீதான நிர்வாக பரிந்துரைகளை கருத்தில் கொண்டு;

நிறுவனம் பொருத்தமான கார்ப்பரேட் ஆளுகை கட்டமைப்பை செயல்படுத்துவதை உறுதி செய்தல், குறிப்பாக அனைத்து விஷயங்களிலும் CSR சட்டப்பூர்வமாகவும் பொறுப்புடனும் செயல்படுவதையும், உயர்ந்த நெறிமுறை தரநிலைகள் பராமரிக்கப்படுவதையும் உறுதி செய்தல்;

CSR இன் இடர் கட்டமைப்பு மற்றும் பசியின்மை, அத்துடன் CSR இன் இடர் மேலாண்மை மூலோபாயம் மற்றும் நிறுவனம் அந்த கட்டமைப்பு மற்றும் பசியின்மைக்குள் செயல்படுகிறதா என்பதைக் கண்காணித்தல்;

CSR இன் செயல்பாடுகளின் சமூக, நெறிமுறை மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தாக்கத்தை கருத்தில் கொண்டு மற்றும் CSR இன் நிலைத்தன்மை கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளுக்கு இணங்குவதை கண்காணித்தல்;

நிறுவனத்தின் ஆளுகை செயல்முறைகள், குறிப்பாக, ஊதியம் மற்றும்

பிற வெகுமதி கட்டமைப்புகள், நிறுவனத்தின் மதிப்புகள் மற்றும் இடர் பசியுடன் ஒத்துப்போவதை உறுதி செய்தல்; ஆஸ்திரேலிய செக்யூரிட்டீஸ் எக்ஸ்சேஞ்ச் (ASX) மற்றும் கட்டுப்பாட்டாளர்களுடன் ஒரு ஆக்கபூர்வமான மற்றும் தொடர் உறவைப் பேணுதல், சந்தை மற்றும் பங்குதாரர்களுடன் வெளிப்படுத்துதல் மற்றும் தகவல்தொடர்பு தொடர்பான கொள்கைகளுக்கு ஒப்புதல் அளித்தல்; மற்றும் பிரதிநிதித்துவ அதிகாரிகள் உட்பட உள் நிர்வாகத்தை கண்காணித்தல் மற்றும் மூத்த நிர்வாகிகளுக்கு கிடைக்கும் ஆதாரங்களை கண்காணித்தல்.

பின்வரும் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கிய பரிந்துரைகள் மற்றும் நிர்வாகக் குழுவின் பங்கையும் வாரியம் ஏற்றுக்கொள்கிறது: குழுவின் பொருத்தமான அளவு மற்றும் கலவையை தீர்மானித்தல் (நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்பின் படி); வாரியத்தில் உள்ள திறன்கள் மற்றும் அனுபவத்தின் சமநிலையை கண்காணித்தல் மற்றும் தேவைப்படும் போது, பங்குதாரர்களின் ஒப்புதலுக்காக புதிய இயக்குனர்களை நியமித்தல்; இயக்குநர்களை நியமிப்பதற்கான பொருத்தமான அளவுகோல்களை (தேவையான மற்றும் விரும்பத்தக்க திறன்கள் மற்றும் அனுபவம்) தீர்மானித்தல்; இயக்குநர்களை நியமனம் மற்றும் நீக்குவதற்கான பரிந்துரைகள்; வாரிய வாரிசு திட்டங்களை மதிப்பாய்வு செய்தல்; நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களுக்கான தூண்டல் மற்றும் தொடர்ச்சியான கல்வித் திட்டங்களை மேற்பார்வை செய்தல்; மற்றும் வாரியத்தின் செயல்திறன் மதிப்பீடு.

பட்டியலிடப்பட்ட செயல்பாடுகள், வாரியம் தனக்கென குறிப்பாக ஒதுக்கி வைத்திருக்கும் விஷயங்கள் மற்றும் வாரியத்தின் ஒட்டுமொத்த கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளை மட்டுப்படுத்தாது. வாரியம் தனது கடமைகளை நிறைவேற்ற உதவுவதற்காக, சம்பந்தப்பட்ட நோக்கத்திற்காக பிரத்யேகமாக அமைக்கப்பட்ட வாரியத்தின் குழுவிற்கு பரிசீலனையை வழங்கலாம்.

குறிப்பாக, CSR வாரியத்தின் ஊதியம் மற்றும் மனித வளக் குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:

நிர்வாக இயக்குநரை நியமித்தல், மதிப்பீடு செய்தல், வெகுமதி அளித்தல் அல்லது நீக்குதல் மற்றும் நியமனங்களுக்கு ஒப்புதல் அளித்தல், தலைமை நிதி அதிகாரி மற்றும் நிறுவனச் செயலர் உட்பட மூத்த நிர்வாகத்தின் ஊதியம் அல்லது நீக்கம்;

வாரியத்தில் நியமனம் மற்றும் ஓய்வு பெறுவதற்கான விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளை வரையறுத்தல்; பங்குதாரர்களால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட மொத்தத் தொகைக்குள், நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களின் ஊதியத்தை நிர்ணயித்தல்;

CSR இன் ஊதியக் கட்டமைப்பை மேற்பார்வை செய்தல் மற்றும் ஊதியக் கட்டமைப்பானது நிறுவனத்திற்குள் சரியான கலாச்சாரத்தை மேம்படுத்துவதை உறுதி செய்தல்;

ஓய்வூதிய ஏற்பாடுகளை அங்கீகரித்தல், பணியாளர் பங்குத் திட்டங்களுக்கான வழிகாட்டுதல்கள், ஊதிய ஊக்கக் கொள்கைகள் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பு, தக்கவைத்தல் மற்றும் பணிநீக்கம் செய்யப்பட்ட கொள்கைகள்; மற்றும்

நிர்வாகிகளுக்கான வாரிசு திட்டத்தை மதிப்பாய்வு செய்தல்.

இடர் மற்றும் தணிக்கைக் குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:

வணிக மற்றும் நிதி அபாயங்கள் மற்றும் அந்நிய செலாவணி, வட்டி விகிதம் மற்றும் பொருட்களின் விலை அபாயங்கள் ஆகியவற்றின் மேலாண்மை மற்றும் மேற்பார்வையின் கொள்கைகளை அங்கீகரித்தல்;

கணக்கியல் மற்றும் நிதிப் பதிவுகள் மற்றும் அறிக்கையிடலின் ஒருமைப்பாட்டை பராமரிக்க செயல்முறைகள் மற்றும் கட்டுப்பாடுகளை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்; வெளிப்புற தணிக்கையாளரின் சுதந்திரம் மற்றும் செயல்திறன் உட்பட; நிறுவனத்தின் கொள்கைகள் மற்றும் அதிகார நிலைகள் உட்பட, CSR இன் கார்ப்பரேட் ஆளுகை கட்டமைப்பை மதிப்பாய்வு செய்தல்; பொது வெளியீட்டிற்கான நிதி முடிவுகள் மற்றும் அறிக்கைகள் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு வழங்கப்பட வேண்டிய ஈவுத்தொகைகளை அங்கீகரித்தல்.

பாதுகாப்பு மற்றும் நிலைத்தன்மை குழுவின் வழிகாட்டுதலுடன்:

பாதுகாப்பு, தொழில்சார் சுகாதாரம் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் ஆகிய துறைகளில் வணிகத்திற்கான முக்கிய அபாயங்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் கண்காணிப்பது;

பணியிட ஆரோக்கியம், பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளை நிர்வகிப்பதற்கான CSR கட்டமைப்பு மற்றும் கொள்கைகளை

அங்கீகரித்தல்;

மேலே உள்ள கட்டமைப்பின் செயல்திறனை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல்; மற்றும்

சிஎஸ்ஆர் மூலோபாயம் மற்றும் செயல்பாட்டு அணுகுமுறையை மதிப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் கண்காணித்தல் திசுற்றுச்சூழல் மற்றும் நிலைத்தன்மை, அத்துடன் சமூகத்தில் அதன் செயல்பாடுகள்.

கூடுதலாக, குறிப்பிட்ட ஒரு முக்கியமான திட்டம் அல்லது பரிவர்த்தனையை மேற்பார்வையிட, குறிப்பிட்ட நேரம் மற்றும் நோக்கத்திற்காக வாரியம் ஒரு குழுவை அமைக்கலாம்.

### **நிர்வாகத்திற்கு வழங்கப்பட்ட அதிகாரங்கள்**

வாரியம் அவ்வப்போது வாரியத்தால் குறிப்பிடப்பட்ட அதிகார மட்டங்களுக்குள் நிறுவனம் மற்றும் அதன் வணிகங்களை நிர்வகிக்கும் அதிகாரத்தையும் அதிகாரத்தையும் நிர்வாக இயக்குநரிடம் ஒப்படைக்க வேண்டும். நிர்வாக இயக்குநர் தனது அதிகாரம் மற்றும் அதிகாரத்தின் அம்சங்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தலாம் ஆனால் நிறுவனத்தின் செயல்திறனுக்காக வாரியத்திடம் பொறுப்புக்கூற வேண்டும்.

வாரியத்தால் ஒதுக்கப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு அப்பால், வாரியத்தால் அவ்வப்போது குறிப்பிடப்படும் அதிகார அளவுகளுக்குள் CSR மற்றும் அதன் வணிகத்தை நிர்வகிப்பதற்கான அனைத்து அதிகாரங்களையும் வாரியம் வழங்கியுள்ளது. நிர்வாக இயக்குநர், CSR இன் வணிகப் பிரிவுகளால் மேற்கொள்ளப்படும் முன்னேற்றம் குறித்து வாரியத்திற்குத் தொடர்ந்து அறிக்கை அளிக்க வேண்டும்.

### **நிர்வாக இயக்குனரின் பங்கு அடங்கும்:**

நிர்வாகக் குழுவின் பயனுள்ள தலைமை;

வணிகத்திற்கான மூலோபாய நோக்கங்களின்



வளர்ச்சி; மற்றும் CSR இன் செயல்பாடுகளின் அன்றாட மேலாண்மை.

### பலகை அமைப்பு

குழுவின் அமைப்பு, கட்டமைப்பு மற்றும் நடவடிக்கைகள் முதன்மையாக நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்பு (ஒரு நகலை நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் காணலாம்) மற்றும் நிறுவனம் செயல்படும் அதிகார வரம்புகளில் உள்ள நிறுவனங்களை நிர்வகிக்கும் சட்டங்களால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது.

### பலகை அமைப்பு

CSR இன் வணிகங்கள் மற்றும் வாரியத்தின் பொறுப்புகள் தொடர்பான திறமைகள் மற்றும் அனுபவத்தின் பொருத்தமான கலவையுடன் இயக்குநர்கள் குழுவை எல்லா நேரங்களிலும் வாரியம் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

இயக்குநர்கள் நியமனம் மற்றும் மறுதேர்வு வாரியத்தில் தேவையான நிபுணத்துவ கலவையை பராமரிக்க தகுந்த திறன்கள் மற்றும் அனுபவமுள்ள வேட்பாளர்களை வாரியம் அடையாளம் காணும்.

குழுவிற்கு நியமனம் செய்வதற்கு முன், வேட்பாளர்கள் மற்ற கடமைகளின் வெளிச்சத்தில், நிறுவனத்திற்கான தங்கள் கடமைகளை நிறைவேற்ற போதுமான நேரம் இருப்பதை உறுதிப்படுத்துகிறார்கள்.

இயக்குநர்கள் தேர்தல் அல்லது மறுதேர்தலுக்கு நிற்கும் பங்குதாரர் சந்திப்புகளுக்கு, ஒவ்வொரு வேட்பாளரின் திறன்கள், அனுபவம் மற்றும் தகுதிகள் உள்ளிட்ட வாழ்க்கை வரலாற்று விவரங்கள் கூட்டத்தின் அறிவிப்பில் இருக்க வேண்டும்; ஒரு இயக்குநரை

(நிறுவனம் மற்றும் பிற இயக்குநர்களுடனான உறவுகளின் விவரங்கள் உட்பட) ஒரு இயக்குனரைத் தேர்ந்தெடுப்பதா அல்லது மறுதேர்வு செய்வதா அல்லது வேண்டாமா என்பது குறித்த முடிவிற்குப் பொருத்தமான அதன் வசம் உள்ள அனைத்து தகவல்களும்; நடத்தப்பட்ட இயக்குநர்கள்; குறிப்பிடத்தக்க நேரக் கடமைகளை உள்ளடக்கிய பிற பதவிகளின் விவரங்கள்; ஏற்கனவே பணியாற்றிய பதவிக் காலம்; வேறு ஏதேனும் தொடர்புடைய தகவல், அத்துடன் சட்டத்தால் தேவைப்படும் விவரங்கள். பொதுக் கூட்டத்தில் தேர்தல் அல்லது மறுதேர்தலுக்கு நிற்கும் இயக்குநர்கள் கூட்டத்தில் பங்குதாரர்களிடம் தங்களை அறிமுகப்படுத்திக் கொள்ளுமாறு கேட்டுக் கொள்ளப்படுவார்கள்.

புதிய இயக்குநர்களுக்கு நியமனத்தின் விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளை அமைக்கும் முறையான நியமனக் கடிதம், வாரியம் மற்றும் குழு கூட்டங்களின் கால அட்டவணை மற்றும் பிற பொறுப்புகள், நிறுவனம் பற்றிய தகவல்கள் மற்றும் வாரிய சாசனம் மற்றும் தொடர்புடைய நிறுவனத்தின் நகல் ஆகியவை வழங்கப்படும். கொள்கைகள். புதிய இயக்குநர்கள் இழப்பீடு, காப்பீடு மற்றும் அணுகல் பத்திரத்தை (1999 இல் பங்குதாரர்களால் அங்கீகரிக்கப்பட்டது) செயல்படுத்த வேண்டும் மற்றும் நிறுவனத்தின் பங்குகளில் பரிவர்த்தனைகளின் CSR க்கு இயக்குநர் உடனடியாக ஆலோசனை வழங்குவதற்கான ஒப்பந்தத்தை நிறைவேற்ற வேண்டும்.

நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்கள் குறைந்தது மூன்று ஆண்டுகளுக்கு ஒருமுறை சுழற்சி முறையில் மீண்டும் தேர்ந்தெடுக்கப்படுவார்கள். புதிதாக நியமிக்கப்பட்ட இயக்குநர்கள், அவர்களது நியமனத்தைத் தொடர்ந்து பங்குதாரர்களின் முதல் பொதுக் கூட்டத்தில் மறுதேர்தலை நாட வேண்டும். இயக்குநர்கள் பத்து ஆண்டுகள் பதவி வகித்த பிறகு மீண்டும் தேர்தலை நாட மாட்டார்கள்.

### தலைவர்

தலைவர் குழுவால் தேர்ந்தெடுக்கப்படுவார் மற்றும் ஒரு சுயாதீன நிர்வாக இயக்குனராக இருக்க வேண்டும். தலைவரின் பாத்திரம் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கியது:

அனைத்து வாரிய விவகாரங்கள் தொடர்பாக வாரியத்திற்கு பயனுள்ள தலைமையை வழங்குதல்; வாரியத்தின் கருத்துக்களை பொதுமக்களுக்கு பிரதிநிதித்துவப்படுத்துதல்;

ஆண்டு முழுவதும் வழக்கமான வாரியக் கூட்டங்களைக் கூட்டுதல் மற்றும் கூட்டங்களின் நிமிடங்கள் துல்லியமாக எடுக்கப்பட்ட முடிவுகள் மற்றும் பொருத்தமான இடங்களில் தனிப்பட்ட இயக்குநர்களின் கருத்துகளைப் பதிவு செய்வதை உறுதி செய்தல்;

அனைத்து வாரியக் கூட்டங்களின் நிகழ்ச்சி நிரல் மற்றும் நடத்தைக்கு வழிகாட்டுதல்;

நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்கள் மற்றும் வாரியத்தின் செயல்திறனை மதிப்பாய்வு செய்தல்; நிர்வாகமற்ற இயக்குனர் மற்றும் மூத்த நிர்வாக வாரிசுகளை மேற்பார்வை செய்தல்; மற்றும்

வாரியத்திற்கும் நிர்வாகத்திற்கும் இடையே ஆலோசனை, உற்பத்தி மற்றும் வெற்றிகரமான உறவுகளை மேம்படுத்துதல்.

## நிறுவனத்தின் செயலாளர்

வாரியம் நிறுவன செயலாளரை நியமித்து நீக்குகிறது. அனைத்து இயக்குநர்களும் நிறுவன செயலாளரிடம் நேரடியாக அணுக வேண்டும். நிறுவனச் செயலர் நிர்வாக இயக்குநருக்கும், தலைவர் மூலம் வாரியத்துக்கும், அனைத்து நிறுவன நிர்வாக விஷயங்களிலும் பொறுப்புக்கூற வேண்டும்.

விதி விஷயங்களைப் பட்டியலிடுவது குறித்து ஆஸ்திரேலிய செக்யூரிட்டீஸ் எக்ஸ்சேஞ்சுடன் தொடர்புகொள்வதற்கு நிறுவனத்தின் செயலாளரே பொறுப்பாவார். நிறுவனத்தின் செயலாளர் அலுவலகத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளுக்கு பொறுப்பானவர், சம்பந்தப்பட்ட பத்திரப் பரிமாற்றங்கள் மற்றும் பிற கட்டுப்பாட்டாளர்கள், வாரியம் மற்றும் வாரியக் குழு கூட்டங்களின் நிர்வாகம் (சந்திப்பு நிமிடங்களைத் தயாரித்தல் உட்பட),

ஈவுத்தொகை செலுத்துதல் மற்றும் தொடர்புடைய பங்குத் திட்டங்களின் மேலாண்மை, CSR நிர்வாகம் மற்றும் CSR இன் பங்குப் பதிவாளருடனான உறவின் மேற்பார்வை.

தொடர்ந்து இயக்குனர்களுக்கு தகவல் தெரிவிக்கப்பட்டது தலைவர் புதிய இயக்குநர்களுக்கு அவர்களின் பாத்திரங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விளக்கி, குழு மற்றும் குழு கூட்டங்களின் நிமிடங்கள் மற்றும் ஆவணங்களை கிடைக்கச் செய்வார்.

புதிய இயக்குநர்கள் நிறுவனம், அதன் அமைப்பு, மக்கள், கொள்கைகள் மற்றும் கலாச்சாரம், அது செயல்படும் தொழில்கள் மற்றும் வணிக உத்திகள் மற்றும் செயல்திறன் பற்றி நிர்வாக இயக்குநர் மற்றும் பிற

மூத்த நிர்வாகிகளால் விளக்கப்படுவார்கள். அவர்களின் தூண்டுதலில் செயல்பாடுகளை மதிப்பாய்வு செய்வதற்கான தள வருகைகளின் தொடர் அடங்கும்.

ஒவ்வொரு கூட்டத்திற்கும் குறைந்தபட்சம் நான்கு நாட்களுக்கு முன் வாரிய ஆவணங்கள் விநியோகிக்கப்படுகின்றன. நிர்வாக இயக்குனர் ஒரு விரிவான மாதாந்திர வணிக செயல்திறன் அறிக்கையை இயக்குனர்களுக்கு அனுப்புவார் - வாரியக் கூட்டம் திட்டமிடப்பட்டதா இல்லையா. நிறுவனத்தின் பதிவுகள் மற்றும் தகவல்களுக்கு இயக்குநர்களுக்கு கட்டுப்பாடற்ற அணுகல் இருக்கும்.

நிறுவனம் எதிர்கொள்ளும் குறிப்பிடத்தக்க சிக்கல்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறை சூழலில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் குறித்து தொடர்ந்து கல்வி கற்பதற்கு வாரியம் மற்றும் குழு கூட்டங்களில் நேரம் ஒதுக்கப்பட வேண்டும். நிர்வாகம் மற்றும் வெளி ஆலோசகர்களின் விளக்கங்களை அவ்வப்போது உள்ளடக்கியதாகும். இந்த விளக்கங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளின் ஆய்வுகள் இயக்குநர்களுக்கு பரந்த அளவிலான ஊழியர்களுக்கு அணுகலை வழங்கும் வகையில் ஏற்பாடு செய்யப்படும்.

சுயாதீன ஆலோசனைக்கான அணுகல்

தலைவரின் ஒப்புதலைப் பெற்ற பிறகு, இயக்குநர்கள் தங்கள் குழு மற்றும் குழுக் கடமைகளின் போது எழும் விஷயங்களில் CSR செலவில் சுயாதீனமான தொழில்முறை ஆலோசனையைப் பெறலாம்.

அத்தகைய ஆலோசனையின் நகல் மற்ற அனைத்து இயக்குநர்களுக்கும் வழங்கப்படும் மற்றும் அவைத் தலைவரின் ஒப்புதல் நிறுத்தப்பட்டால் அவர்களுக்கு அறிவுறுத்தப்பட வேண்டும்.

நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்கள் கூட்டங்கள்நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்கள், நிர்வாகம் இல்லாமல் ஒரு வழக்கமான அடிப்படையில் சந்திப்பார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. இந்த கூட்டங்களில், சரியான நேரத்தில், நிர்வாக செயல்திறன் பற்றிய மதிப்பாய்வு அடங்கும்.

நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களின் சுதந்திரம் குழுவில் பெரும்பான்மையானவர்கள் சுயாதீன இயக்குநர்களாக இருக்க வேண்டும்.

ஒரு இயக்குனரின் கருத்துப்படி சுயாதீனமாக தீர்மானிக்கப்படுவதற்கு, ஒரு இயக்குனர், நிர்வாகத்திலிருந்து சுயாதீனமாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் அந்த இயக்குனரின் கடமைகளை முறையாகச் செயல்படுத்துவதில் தலையிடக்கூடிய - அல்லது நியாயமான முறையில் தலையிடக்கூடியதாக உணரக்கூடிய பொருள் வணிகம் அல்லது பிற உறவுகளை கொண்டிருக்க வேண்டும்.

தனிநபர்கள், ஆதாரங்கள் அல்லது அதற்கு நேர்மாறான உறுதியான வாதங்கள் இல்லாத நிலையில், அவர்கள் சுதந்திரமானவர்கள் அல்ல என்று தீர்மானிக்கப்படுவார்கள்:

- சமீபத்தில் CSR அல்லது அதன் துணை நிறுவனங்களால் பணியமர்த்தப்பட்டது; அல்லது
- CSR அல்லது அதன் துணை நிறுவனங்களின் தணிக்கையில் நேரடியாக ஈடுபட்டுள்ளது; அல்லது
- CSR க்கு ஆலோசனை அல்லது ஆலோசனை சேவைகளை வழங்குவதில் நேரடியாக ஈடுபட்டு, அந்த ஆலோசனை அல்லது சேவைகளுக்காக ஆண்டு செலுத்திய தொகையானது அந்த நிறுவனம் ஈட்டிய மொத்த கட்டணத்தில் 5% அல்லது CSR இன் ஒருங்கிணைந்த குழு வருவாயில் 1% அதிகமாக இருந்தால்; அல்லது

- நிறுவனத்திற்கு ஒரு சப்ளையருடன் நேரடியாக சம்பந்தப்பட்டிருந்தால், அந்த சப்ளையருக்கு CSR மூலம் ஆண்டு முழுவதும் செலுத்தப்பட்ட தொகை அந்த நிறுவனத்தின் ஒருங்கிணைந்த குழு வருவாயில் 5% அல்லது CSR இன் ஒருங்கிணைந்த குழு வருவாயில் 5% அதிகமாக உள்ளது; அல்லது
- நிறுவனத்தின் வாடிக்கையாளருடன் நேரடியாக சம்பந்தப்பட்டிருந்தால், அந்த வாடிக்கையாளர் CSR க்கு செலுத்திய தொகையானது அந்த நிறுவனத்தின் ஒருங்கிணைந்த குழு வருவாயில் 5% அல்லது CSR இன் ஒருங்கிணைந்த குழு வருவாயில் 5% ஐ விட அதிகமாக உள்ளது; அல்லது
- CSR இன் கணிசமான பங்குதாரர், அல்லது அதிகாரி அல்லது நேரடியாக தொடர்புடையவர் உடன், கணிசமான பங்குதாரர். நிர்வாகமற்ற இயக்குநரின் சுதந்திர நிலையில் ஏதேனும் மாற்றம் ஏற்பட்டால் உடனடியாக தலைவர் மற்றும் நிறுவன செயலாளருக்கு அறிவிக்கப்பட வேண்டும்.

### கருத்து வேற்றுமை

CSR உடன் முரண்படக்கூடிய எந்தவொரு நலன்களையும் இயக்குநர்கள் வாரியத்திற்கு தொடர்ந்து அறிவுறுத்த வேண்டும் மற்றும் பிற நிறுவனங்களில் உள்ள அனைத்து இயக்குநர்களின் நிறுவன செயலாளருக்கு ஆலோசனை வழங்க வேண்டும்.

சாத்தியமான பொருள் முரண்பாடுகள் எழும் பட்சத்தில், சம்பந்தப்பட்ட இயக்குநர், பிரச்சினை விவாதிக்கப்பட வேண்டிய எந்தவொரு வாரியக் கூட்டத்திற்கும் முன்னதாக தலைவருக்கு ஆலோசனை வழங்குவார்.

இயக்குநர் சம்பந்தப்பட்ட வாரிய ஆவணங்களைப் பெறமாட்டார் மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட விஷயம் பரிசீலிக்கப்படும்போது வாரியக் கூட்டத்திலிருந்து வெளியேற வேண்டும். ஏதேனும் சாத்தியமான வட்டி முரண்பாடுகள் வாரிய நிமிடங்களில் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும்.

மற்றொரு கணிசமான/குறிப்பிடத்தக்க நியமனத்துடன் ஒரு பாத்திரத்தை ஏற்றுக்கொள்வதற்கு முன், இயக்குநர்கள் தலைவருக்குத் தெரிவிக்க வேண்டும்.

வாரியக் குழுக்கள்

வாரியம் மூன்று குழுக்களை இயக்கும், ஒவ்வொன்றும் குறைந்தது மூன்று சுயாதீனமான, நிர்வாகமற்ற இயக்குநர்களை உள்ளடக்கியது:

இடர் மற்றும் தணிக்கை குழு

ஊதியம் மற்றும் மனித வளக் குழு

பாதுகாப்பு மற்றும் நிலைத்தன்மை குழு

வாரியத்தின் தலைவர் ஊதியம் மற்றும் மனித வளக் குழுவின் தலைவராக இருக்கலாம், ஆனால் இடர் மற்றும் தணிக்கைக் குழுவிற்கு அல்ல. ஒவ்வொரு குழுவிற்கும் உறுப்பினர்களை நியமிக்கும் போது, அந்த குழுவிற்கு பொருத்தமான திறன்கள் மற்றும் அனுபவம் மற்றும் சட்டரீதியான அல்லது ஒழுங்குமுறை தேவைகளை வாரியம் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளும்.

வாரியத்தால் இயக்கப்படும் மூன்று குழுக்கள் தங்கள் சாசனத்தின்படி பொறுப்பான விஷயங்களைப் பரிசீலித்து தீர்மானிக்கும். பிரதிகள்



ஒவ்வொரு குழுவின் சாசனமும் நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் வெளியிடப்படும். அனைத்து இயக்குனர்களும் குழு கூட்டத்தில் கலந்து கொள்ள அழைக்கப்படுகிறார்கள்.

வாரியம், குழு மற்றும் தனிப்பட்ட இயக்குநர்களின் செயல்பாடுகளின் மதிப்பாய்வு

வாரியம், ஊதியம் மற்றும் மனித வளக் குழு மூலம் அவ்வப்போது, வாரியம், அதன் குழுக்கள் மற்றும் ஒவ்வொரு நிர்வாகமற்ற இயக்குனரின் செயல்பாடுகள் பற்றிய முறையான மதிப்பாய்வைத் தொடர்ந்து மேற்கொள்ளும். வாரியம் மற்றும் அதன் குழுக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளும் இயக்குநர்கள் மற்றும் மூத்த CSR நபர்களிடமிருந்து கருத்துக்களைப் பெறுவது இந்த மதிப்பாய்வில் அடங்கும். மதிப்பாய்வு மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்:

வாரியம் மற்றும் ஒவ்வொரு குழுவும் அதன் சாசனத்தின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதில் செயல்திறன்;

வாரியம் மற்றும் ஒவ்வொரு குழுவும் தங்கள் செயல்பாடுகளைச் சரியாகச் செய்வதற்குத் தகுந்த திறன்கள் மற்றும் அனுபவங்களைக் கொண்ட உறுப்பினர்களைக் கொண்டிருக்கிறதா;

கூட்டங்களில் ஒவ்வொரு இயக்குநரும் செய்த பங்களிப்பு மற்றும் கூட்டங்களுக்குத் தயார் செய்தல் உட்பட பொதுவாக இயக்குநர்களாக தங்கள் பொறுப்புகளை நிறைவேற்றுவதில்;

ஒவ்வொரு இயக்குனரின் மற்ற கடமைகளையும் கருத்தில் கொண்டு, CSR விஷயங்களுக்கு போதுமான நேரம் ஒதுக்கப்படுகிறதா;

இயக்குனரின் மற்ற நலன்கள் மற்றும் இயக்குநர் பதவிகளை கணக்கில் எடுத்துக்கொண்டு, ஒவ்வொரு நிர்வாகமற்ற இயக்குனரின்

சுதந்திரம்;

வாரியம் மற்றும் ஒவ்வொரு குழுவிற்கும் வழங்கப்பட்ட நிகழ்ச்சி நிரல்கள், ஆவணங்கள் மற்றும் விளக்கக்காட்சிகளின் உள்ளடக்கம், வடிவம் மற்றும் நேரமின்மை ஆகியவை அவற்றின் செயல்பாடுகளைச் சரியாகச் செய்வதற்கு போதுமானதாக உள்ளதா; மற்றும்

பின்னூட்டச் செயல்பாட்டின் போது செய்யப்பட்ட வேறு ஏதேனும் கருத்துகள் அல்லது பரிந்துரைகள்.

ஊதியம் மற்றும் மனித வளக் குழு, நிர்வாக இயக்குநர் மற்றும் நியமனம் செய்யக்கூடிய பிற நிர்வாக இயக்குநர்களின் செயல்திறனை ஆண்டதோறும் மதிப்பாய்வு செய்யும். இது CSR இன் வருடாந்திர செயல்திறன் மதிப்பீடு மற்றும் சம்பள மறுஆய்வு செயல்முறைக்கு இணங்குகிறது. இதற்கு ஒவ்வொரு நிர்வாகியின் செயல்திறனும் முன்னரே நிர்ணயிக்கப்பட்ட இலக்குகளுக்கு எதிராக மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும், நிர்வாகியின் மூத்த மேலாளர் மற்றும் சகாக்கள் மற்றும் அவர்களிடம் புகாரளிக்கும் நபர்களின் கருத்துக்களை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். .

வாரியம், வாரியத்தால் நிறுவப்பட்ட குழுக்கள் மற்றும் தனிப்பட்ட இயக்குநர்கள் மதிப்பிடப்பட்ட வழிகாட்டுதல்கள்/சாசனங்களை வாரியம் அங்கீகரிக்கிறது. புதிய நிதியாண்டுக்கான திட்டங்கள் மற்றும் நோக்கங்களுடன் செயல்திறன் மதிப்பீடுகளின் முடிவுகள் வாரியத்தின் பரிசீலனைக்கு சமர்ப்பிக்கப்படுகின்றன.

இயக்குனர்களின் கடமைகள் CSR இல் பங்குகள்

அனைத்து இயக்குநர்கள் மற்றும் நிர்வாக முக்கிய மேலாண்மை

பணியாளர்கள் ஒரு வருட நிலையான ஊதியத்திற்கு சமமான CSR பங்குகளில் நன்மை பயக்கும் ஆர்வத்தை பெறுவார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. மேலும் மூத்த நிர்வாகிகள் ஆறு மாத மொத்த நிலையான ஊதியத்திற்கு சமமான CSR பங்குகளில் நன்மை பயக்கும் வட்டியை பெறுவார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. நிலையான ஊதியம் என்பது ஓய்வு ஊதியத்தை உள்ளடக்கியதாக கணக்கிடப்படுகிறது. குறைந்தபட்ச பங்குதாரர் தேவைகள் நியமனம் செய்யப்பட்ட நான்கு ஆண்டுகளுக்குள் அல்லாத நிர்வாக இயக்குநர்கள் மற்றும் KMP மற்றும் மூத்த நிர்வாகிகளால் ஒரு நியாயமான காலக்கெடுவிற்குள் பூர்த்தி செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் வாங்கும் போது ஏற்படும் செலவை விட அதிகமாக மதிப்பிடப்பட வேண்டும். தற்போதைய மதிப்பு.

இயக்குநர்களின் பங்கு பரிவர்த்தனைகள் மீதான கட்டுப்பாடுகள் CSR பங்கு வர்த்தகக் கொள்கை மற்றும் ASX பட்டியல் விதிகளுக்கு இணங்க, இயக்குநர்கள் மற்றும் மூத்த நிர்வாகம் CSR பங்குகளை மட்டுமே வாங்கலாம் அல்லது விற்கலாம் அல்லது CSR பங்குத் திட்டங்களில் பங்கேற்பது குறித்த அறிவுறுத்தல்களை வழங்கலாம். மற்றும் அரையாண்டு முடிவுகள் அறிவிப்புகள் மற்றும் ஆண்டு பொதுக் கூட்டம். இயக்குனர்கள் CSR பங்குகளில் வர்த்தகம் செய்வதற்கு முன் தலைமையிடமிருந்து ஆலோசனை மற்றும் அனுமதி பெற வேண்டும். இயக்குநர்கள் CSR பங்குகளை எந்த நேரத்திலும் வாங்கவோ அல்லது விற்கவோ தடைசெய்யப்பட்டுள்ளனர்.

CSR இன் பங்கு வர்த்தகக் கொள்கை ரகசியத்தன்மை

வாரிய ஆவணங்கள், விளக்கக்காட்சிகள் மற்றும் வாரியத்திற்கு வழங்கப்பட்ட பிற தகவல்கள் உட்பட வாரியத்தின் அனைத்து நடவடிக்கைகளும் சட்டத்தின்படி அல்லது வாரியத்தால் ஒப்புக் கொள்ளப்பட்டவை தவிர ரகசியமாக வைக்கப்படும்.

### நடத்தை விதி

நிறுவனத்திடம் வணிக நடத்தை மற்றும் நெறிமுறைகள் இருக்க வேண்டும், இது CSR வணிகத்தை நடத்தும் விதத்தை அமைக்கிறது மற்றும் CSR இல் உள்ள அனைவரின் நடத்தையையும் வழிகாட்டுகிறது - ஊழியர்கள் மற்றும் இயக்குநர்கள் - நேர்மையாகவும் நியாயமாகவும் நடந்துகொள்வதற்கான நிறுவனத்தின் உறுதியான உறுதிப்பாட்டை தெளிவாகக் குறிப்பிடுகிறது.

### CSR அறிக்கை

உலகளாவிய அறிக்கையிடல் முன்முயற்சியின் படி, ஒரு CSR அறிக்கையை பின்வருமாறு வரையறுக்கலாம்:

"நிலைத்தன்மை அறிக்கை என்பது ஒரு நிறுவனம் அல்லது நிறுவனத்தால் அதன் அன்றாட நடவடிக்கைகளால் ஏற்படும் பொருளாதார, சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக தாக்கங்கள் குறித்து வெளியிடப்படும் அறிக்கையாகும். ஒரு நிலைத்தன்மை அறிக்கை நிறுவனத்தின் மதிப்புகள் மற்றும் நிர்வாக மாதிரியை முன்வைக்கிறது, மேலும் அதன் மூலோபாயம் மற்றும் நிலையான உலகளாவிய பொருளாதாரத்திற்கான அதன் அர்ப்பணிப்பு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான தொடர்பை நிரூபிக்கிறது.

ஒரு CSR, கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு அல்லது நிலைத்தன்மை அறிக்கை என்பது நிறுவனங்கள் தங்கள் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு நடவடிக்கைகள் மற்றும் முடிவுகளைப் பகிர்ந்து கொள்ளும் நோக்கத்துடன் வெளியிடப்படும் காலமுறை (பொதுவாக ஆண்டு) அறிக்கை ஆகும்.

சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பகுதிகளில் தங்கள் கடமைகள் மற்றும் செயல்கள் குறித்து தகவல் நிறுவனங்கள் தொடர்பு கொள்ள முடிவெடுப்பதை அறிக்கை ஒருங்கிணைத்து பகிரங்கப்படுத்துகிறது. அவ்வாறு செய்வதன் மூலம், நிறுவனங்கள் தங்கள் அன்றாட நடவடிக்கைகளில் நிலையான வளர்ச்சியின் கொள்கைகளை எவ்வாறு ஒருங்கிணைக்கிறார்கள் என்பதை பங்குதாரர்களுக்கு (அதாவது, அவர்களின் செயல்பாடுகளில் ஆர்வமுள்ள அனைத்து தரப்பினருக்கும்) தெரியப்படுத்துகிறது.

- கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது ஒரு வணிகம் அது செயல்படும் சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கு ஒரு பொறுப்பு உள்ளது என்ற கருத்து. சமூகப் பொறுப்புடன் இருக்க முயற்சிக்கும் பல வணிகங்கள் இதைப் பயன்படுத்துகின்றனமூன்று கீழ் வரிமூலோபாய முன்னுரிமைகளை தீர்மானிக்க, அதன் இலாபங்களுக்கு கூடுதலாக, மக்கள் மற்றும் கிரகத்தின் மீது ஒரு நிறுவனத்தின் தாக்கம்.
- கார்ப்பரேட் சமூக பொறுப்புணர்வு (CSR) அறிக்கை என்பது CSR

முயற்சிகள் மற்றும் அவற்றின் தாக்கத்தை தொடர்புகொள்வதற்கு நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தும் உள் மற்றும் வெளிப்புற ஆவணமாகும்.

சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூகம். ஒரு நிறுவனத்தின் CSR முயற்சிகள் விழலாம்நான்கு வகைகள்:சுற்றுச்சூழல், நெறிமுறை, பரோபகாரம் மற்றும் பொருளாதாரம்.

- சில நாடுகளில், நிறுவனங்கள் CSR அறிக்கைகளை வெளியிடுவது கட்டாயமாகும் ஆண்டுதோறும்.
- இருப்பினும், தரநிலைகள் இல்லாததால், நிறுவனங்கள் முழுவதும் உள்ள அறிக்கைகளை ஒப்பிடுவது கடினமாக இருக்கும். நிறுவனங்கள் தங்கள் முயற்சிகள் தோல்வியடைந்த அல்லது மக்கள் அல்லது சுற்றுச்சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் பகுதிகளை விட்டு வெளியேறவும் இது உதவுகிறது.
- CSR அறிக்கைகள் பொதுவாக டிஜிட்டல் வடிவத்தில் எளிதாக விநியோகிக்கப்படுகின்றன, ஆனால் அவை அச்சிடப்பட்டு பங்குதாரர்களுக்கு நேரில் வழங்கப்படலாம். ஒரு CSR அறிக்கையின் தளவமைப்பு நேரடியான உரை ஆவணத்திலிருந்து வடிவமைக்கப்பட்ட, பார்வையைத் தூண்டும் பாக்கெட் வரை இருக்கும்.

CSR அறிக்கையிடல் என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் நிதி அல்லாத அளவீடுகளின் செயல்திறனைப் புகாரளிக்கும் நடைமுறையாகும், இது சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலில் நிறுவனத்தின் தாக்கத்தின் மீது

வெளிப்படைத்தன்மையை வழங்குகிறது. பொதுவாக வருடாந்திர அடிப்படையில் வெளியிடப்படும், CSR செயல்திறன் அறிக்கை தன்னார்வமானது.

### CSR அறிக்கைகள் ஏன் முக்கியம்?

- CSR அறிக்கைகள் என்பது ஒரு நிறுவனம் அதன் நோக்கம், முயற்சிகள் மற்றும் விளைவுகளை வெளி மற்றும் உள் பங்குதாரர்களுக்குத் தெரிவிக்கும் ஒரு வழியாகும். பணியாளர்கள், முடிவெடுப்பவர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு கூடுதலாக, இதில் வாடிக்கையாளர்கள், உள்ளூர் சமூகம் மற்றும் சமூகம் ஆகியவை அடங்கும்.
- ஒரு நிறுவனம் அதன் CSR முயற்சிகளில் தைரியமாகவும் வெற்றிகரமானதாகவும் இருந்தால், அதன் CSR அறிக்கையை வெளியிடுவது, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மக்கள் தொடர்பு நிகழ்வைப் போலவே ஒரு தகவல் தொடர்பு கருவியாகும். குறிப்பாக கட்டாய வழிகாட்டுதல்கள் இல்லாததால், நிறுவனத்தின் சாதனைகளை முன்னிலைப்படுத்தவும், பிராண்டின் அடையாளமாக சமூகப் பொறுப்பை உருவாக்கவும் நிறுவனம் இந்த அறிக்கைகளைப் பயன்படுத்தலாம்.
- வருடாந்திர அடிப்படையில் CSR அறிக்கையை வெளியிடுவதும் பொறுப்புணர்வை உருவாக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் நிறுவனம் 2025 ஆம் ஆண்டுக்குள் கார்பன் நியூட்ரலாக இருக்க வேண்டும் என்ற இலக்கை அதன் 2021 சிஎஸ்ஆர் அறிக்கையில் வெளியிட்டால், அந்த இலக்கை நிறைவேற்ற ஊழியர்கள் உந்துதல் பெறுவதற்கான வாய்ப்புகள் உள்ளன. ஒரு இலக்கை

அதன் உத்தேசித்த காலக்கட்டத்தில் அடையவில்லை என்றால், CSR அறிக்கையிடல் செயல்முறையானது, திட்டம் எவ்வாறு தடம் புரண்டது மற்றும் யதார்த்தமான காலக்கெடுவில் இலக்கை மறுசீரமைத்து நிறைவேற்ற என்ன செய்ய முடியும் என்பதை ஆய்வு செய்யத் தூண்டும்.

### உங்கள் நிறுவனத்தின் CSR முயற்சிகளை மேம்படுத்துதல்

- CSR அறிக்கைகள் உங்கள் வணிகத்தின் முயற்சிகள், இலக்குகள் மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கும் சமூகத்திற்கும் உதவுவதற்கான திட்டங்களையும், அது இதுவரை ஏற்படுத்திய தாக்கத்தையும் தெரிவிக்கும் ஒரு சிறந்த வழியாகும். எவ்வாறாயினும், உங்கள் வணிகம் அதன் சமூகப் பொறுப்புணர்வு முயற்சிகளை இன்னும் தொடங்கவில்லை என்றால், அது ஒருபோதும் தாமதமாகாது.
- ஆன்லைன் படிப்பில்நிலையான வணிக உத்தி, ஹார்வர்ட் பிசினஸ் ஸ்கூல் பேராசிரியை ரெபேக்கா ஹென்டர்சன், நோக்கத்துடன் தொடங்கவும், அங்கிருந்து வணிக வழக்கை உருவாக்கவும் நிபுணர்களைக் கேட்டுக்கொள்கிறார். உங்கள் வணிகம், வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது சமூகத்தைப் பாதிக்கும் சிக்கல் என்ன? உங்கள் நிறுவனத்தின் உறுப்பினர்களுக்கு முக்கியமான ஒரு காரணத்தைக் கண்டறிவதன் மூலம் தொடங்கவும், பின்னர் அந்த காரணத்திற்காக நீங்கள் அமைக்கக்கூடிய அளவிடக்கூடிய இலக்கை முளைச்சலவை செய்யவும்.
- செய்யவணிக வழக்கு செய்யஉங்கள் குழுவின்



சந்தேகத்திற்குரிய உறுப்பினர்களுக்கு, விளம்பர மதிப்பு, வாடிக்கையாளர் மற்றும் பணியாளர் விசுவாசம் மற்றும்முதலீட்டின் மீதான வருவாய்ஒரு நிலையான அல்லது சமூக தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் காரணத்திற்காக உறுதியளித்தல்.உங்கள் ஊழியர்கள் எந்த இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்கள் மற்றும் சமூக காரணங்களை ஆதரிக்க விரும்புகிறார்கள் மற்றும் உங்கள் வணிகத் திட்டத்தில் உங்கள் ஊழியர்களின் நலன்களை எவ்வாறு இணைக்கலாம் என்பதைக் கண்டறியவும். உங்கள் ஊழியர்கள் கடந்த காலத்தில் என்ன செய்தார்கள் என்பதை நீங்கள் விவாதிக்க வேண்டும், மேலும் உங்கள் வணிக இடத்தில் மற்ற நிறுவனங்கள் என்ன செய்கின்றன என்பதைக் கண்டறியவும்

- நீங்கள் அல்லது உங்கள் சக பணியாளர்கள் நிலையான முதலாளித்துவத்தில் ஒரு முறையான அடித்தளத்தை தேடுகிறீர்களானால், சமூகப் பொறுப்புள்ள வணிகமாக எப்படி இருக்க வேண்டும் என்பதை ஆராயுங்கள்.நிலையானது வணிக உத்தியோகத்தில் நல்லதைச் செய்யும் போது ஒரு தொழிலாகச் சிறப்பாகச் செய்வதற்குத் தேவையான திறன்களை உருவாக்குதல்.
- பந்து உருளப்பட்டதும், உங்கள் நிறுவனத்தின் முயற்சிகளைக் கோடிட்டுக் காட்டும் CSR அறிக்கையை வடிவமைக்கவும். இது ஒரு சில பக்கங்கள் நீளமாக இருந்தாலும், உங்கள் முயற்சிகள், தாக்கம் மற்றும் திட்டங்களை விளக்குவது நேரம் மதிப்புக்குரியது. நீங்கள் நோக்கத்தாலும் தெளிவான

திட்டத்தாலும் உந்தப்பட்டிருந்தால், மற்றவர்கள் அதைப் பற்றி படித்து, பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பை நோக்கிய பயணத்தில் உங்கள் வணிகத்தை ஆதரிக்கலாம்.

ஒரு CSR, கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு அல்லது நிலைத்தன்மை அறிக்கை என்பது நிறுவனங்கள் தங்கள் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு நடவடிக்கைகள் மற்றும் முடிவுகளைப் பகிர்ந்து கொள்ளும் நோக்கத்துடன் வெளியிடப்படும் காலமுறை (பொதுவாக ஆண்டு) அறிக்கை ஆகும்.

சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பகுதிகளில் தங்கள் கடமைகள் மற்றும் செயல்கள் குறித்து தகவல் நிறுவனங்கள் தொடர்பு கொள்ள முடிவெடுப்பதை அறிக்கை ஒருங்கிணைத்து பகிரங்கப்படுத்துகிறது. அவ்வாறு செய்வதன் மூலம், நிறுவனங்கள் தங்கள் அன்றாட நடவடிக்கைகளில் நிலையான வளர்ச்சியின் கொள்கைகளை எவ்வாறு ஒருங்கிணைக்கிறார்கள் என்பதை பங்குதாரர்களுக்கு (அதாவது, அவர்களின் செயல்பாடுகளில் ஆர்வமுள்ள அனைத்து தரப்பினருக்கும்) தெரியப்படுத்துகிறது.

### **CSR அறிக்கையின் நோக்கம்**

ஒரு CSR அல்லது நிலைத்தன்மை அறிக்கையின் முக்கிய நோக்கம் மேம்படுத்துவதாகும்

நிறுவன நடவடிக்கைகளின் வெளிப்படைத்தன்மை.

இலக்கு இரண்டு மடங்கு:

ஒருபுறம், CSR அறிக்கைகள் சுற்றுச்சூழலில், சமூகத்தில்

மற்றும் பொருளாதாரத்தில் (பிரபலமான டிரிபிள்-பாட்டம்-லைன்) நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளின் தாக்கத்தை அளவிடுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. இந்த வழியில், நிறுவனங்கள் துல்லியமான மற்றும் நுண்ணறிவு தரவைப் பெற முடியும், இது அவர்களின் செயல்முறைகளை மேம்படுத்தவும், சமூகத்திலும் உலகிலும் மிகவும் நேர்மறையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தவும் உதவும்.

மறுபுறம், ஒரு CSR அல்லது நிலைத்தன்மை அறிக்கை நிறுவனங்கள் தங்கள் பங்குதாரர்களுடன் நிலையான வளர்ச்சி மற்றும் CSR தொடர்பான இலக்குகள் என்ன என்பதை வெளிப்புறமாக தொடர்பு கொள்ள அனுமதிக்கிறது. இது போன்ற பங்குதாரர்களை அனுமதிக்கிறது

பணியாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள், ஊடகங்கள், தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனங்கள், நிறுவனங்களின் குறுகிய, நடுத்தர மற்றும் நீண்ட கால இலக்குகள் என்ன என்பதை நன்கு தெரிந்துகொள்ளவும் மேலும் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்கவும். ஒரு வணிகத்தில் முதலீடு செய்தல், அதன் தயாரிப்புகளை வாங்குதல், நேர்மறை (அல்லது எதிர்மறை) மதிப்புரைகளை எழுதுதல், ஒரு நிறுவனத்தின் நோக்கங்கள் அல்லது செயல்களுக்கு எதிராக தெருக்களில் போராட்டம் நடத்துதல் போன்றவற்றிலிருந்து இந்த முடிவுகள் பரவலாம்.

**CSR அறிக்கை ஏன் முக்கியமானது?**

**நிலையான நடைமுறைகளைத் தொடர்புகொள்வதன் நன்மைகள் என்ன?**

CSR மற்றும் நிலைத்தன்மை அறிக்கைகள் உள் மற்றும்/அல்லது வெளிப்புற இலக்குகளை அடைய பயன்படுத்தப்படலாம்.

ஒரு நிலைத்தன்மை அறிக்கையின் உள் நிறுவன நன்மைகள் உள்நாட்டில் பேசினால், CSR அறிக்கைகள் முக்கியமானவை, ஏனெனில் அவை நிறுவனங்கள் தங்கள் செயல்பாடுகள் சுற்றுச்சூழல், சமூகம் மற்றும் பொருளாதாரத்தில் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை மதிப்பிட அனுமதிக்கின்றன. நிலைத்தன்மை அறிக்கைக்காக சேகரிக்கப்பட்ட (அல்லது எளிமையாக சேகரிக்கப்பட்ட) விரிவான மற்றும் அர்த்தமுள்ள தரவு மூலம், நிறுவனங்கள் தங்கள் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்துவதற்கும் செயல்பாட்டுச் செலவுகளைக் குறைப்பதற்கும் வாய்ப்பு உள்ளது. அவற்றின் ஆற்றல் நுகர்வுகளை மேம்படுத்துவதற்கும் குறைப்பதற்கும் அவை சிறப்பாகத் தயாராகின்றன என்பது மட்டுமல்ல; அவற்றின் கழிவு சுழற்சிகள் தயாரிப்பு கண்டுபிடிப்பு உத்திகள் அல்லது வட்ட பொருளாதார வாய்ப்புகளை மதிப்பாய்வு செய்வதன் விளைவாக காணலாம்.

அதே நேரத்தில், இந்தத் தரவைச் சேகரிப்பதற்கு பல்வேறு துறைகளின் கூட்டு முயற்சிகள் தேவை. உருவாக்கப்படும் மிகைப்படுத்தலின் விளைவாக, ஊழியர்கள் பெரும்பாலும் CSR மற்றும் நிலைத்தன்மையில் கவனம் செலுத்துவதில் அதிக விழிப்புணர்வை அடைகிறார்கள், இது அவர்களை பெருமையடையச் செய்கிறது - பணியாளரைத் தக்கவைத்தல்

மற்றும் வருவாய் குறைதல் (மற்றும் அதன் செலவுகள்).  
முதலாளி பிராண்டிங்கிற்கு இது ஒரு நல்ல செய்தி.

**ஒரு நிலைத்தன்மை அறிக்கையின் வெளிப்புற நிறுவன நன்மைகள்**

வெளிப்புற நன்மைகள் என்று வரும்போது, CSR மற்றும் நிலைத்தன்மை அறிக்கை நிறுவனங்கள் தங்கள் ஆர்வமுள்ள தரப்பினருடன் சிறப்பாக ஈடுபட உதவும். நிறுவனத்தின் குறுகிய, நடுத்தர மற்றும் நீண்ட கால திட்ட முடிவுகளைப் பற்றி அவர்களின் பங்குதாரர்களுக்குத் தெரியப்படுத்துவதன் மூலம், நேர்மறையான நிதி வெளியீடுகளைக் கொண்ட நிறுவனங்களை நன்கு புரிந்து கொள்ள முடியும்.

உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் சுற்றுச்சூழல் அபாயத்தின் எதிர்மறையான தாக்கங்களைக் குறைப்பதில் சாதகமாகப் பங்களிக்கிறதா அல்லது அதன் மேலாளர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்களுக்கு லாபத்தை அதிகரிப்பதில் மட்டுமே கவனம் செலுத்துகிறது என்பதை பங்குதாரர்கள் அறிந்துகொள்ள நிலைத்தன்மை அறிக்கை உதவுகிறது. மெளனம் என்பது தகவல்தொடர்புக்கான ஒரு வழியாகும், மேலும் நிலைத்தன்மை அறிக்கை எதுவும் கண்டறியப்படவில்லை என்றால், மக்கள் இப்போது குறிப்பிட்டுள்ள இரண்டாவது விருப்பத்தில் கவனம் செலுத்துவார்கள்.

இந்த வழியில், நிலையான பாமாயில் மூலம் ஓராங்குட்டான்களைப் பாதுகாக்கும் பிராண்டிலிருந்து வாங்க வேண்டுமா அல்லது சுற்றுச்சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்காமல்

உள்நாட்டில் ஆடைகளை உற்பத்தி செய்து நியாயமான ஊதியம் வழங்குவதன் மூலம் வாங்குவதா என்பதை நுகர்வோர் முடிவு செய்யலாம். காலநிலை மாற்றத்தின் விளைவுகளை எதிர்கொள்ள நிறுவனங்கள் மிகவும் நெகிழ்ச்சியடைந்து, அவற்றில் முதலீடு செய்யலாமா வேண்டாமா என்பதை முதலீட்டாளர்கள் எதிர்பார்க்கலாம். மைக்ரோபிளாஸ்டிக்ஸ் மாசுபாடு அல்லது கடல் அமிலமயமாக்கல் போன்ற தலைப்புகளில் முன்னணி நிறுவனங்களின் சிறந்த வழக்கு நடைமுறைகளை பத்திரிகையாளர்கள் பகிர்ந்து கொள்ளலாம். என்ஜிஓக்கள் அழுத்தத்தை பிரயோகிக்கலாம் மற்றும் பொறுப்பற்ற நடைமுறையை அம்பலப்படுத்தலாம்.

#### CSR அறிக்கைகள் கட்டாயமா?

அனைத்து நிறுவனங்களும் தங்கள் சொந்த CSR அல்லது நிலைத்தன்மை அறிக்கைகளை உருவாக்குவது (குறைந்தது இன்னும்) கட்டாயமில்லை. ஆயினும் கூட, ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் உத்தரவு 2014/95 பெரிய நிறுவனங்கள் தங்கள் சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் சவால்களை எவ்வாறு செயல்படுகின்றன மற்றும் இயக்குகின்றன என்பது பற்றிய சில நிதி அல்லாத தகவல்களை வெளிப்படுத்த வேண்டும். இதன் பொருள், பெரிய பொது நல நிறுவனங்கள் நிதி அல்லாத தகவல்களை வெளியிடுவது கட்டாயமாகும்.

குறிப்பாக, இந்த நிறுவனங்கள் சுற்றுச்சூழல், சமூகம் மற்றும் பணியாளர்களின் கவலைகளை எவ்வாறு கவனித்துக் கொள்கின்றன என்பதைப் பற்றிய நுண்ணறிவுகளை வழங்குவது

கட்டாயமாகும். பன்முகத்தன்மை மற்றும் உள்ளடக்கம், மனித உரிமைகளுக்கான மரியாதை, மற்றும் வணிகங்களுக்குள் மற்றும் மதிப்புச் சங்கிலிகளுக்குள் ஊழல் மற்றும் லஞ்சத்திற்கு எதிரான போராட்டம் ஆகியவை சூழல்மயமாக்கப்பட வேண்டிய பிரச்சினைகளாகும். இதன் விளைவாக, பின்பற்றப்படும் கொள்கைகள் மற்றும் அவற்றின் விளைவுகள் பற்றிய குறிப்பிட்ட நிறுவன தரவு வழங்கப்பட வேண்டும். முக்கிய நிறுவன அபாயங்கள் அடையாளம் காணப்பட்டன மற்றும் அவை எவ்வாறு நிர்வகிக்கப்படுகின்றன என்பதுடன், பயன்படுத்தப்படும் நிதிக் குறிகாட்டிகளும் வழங்கப்பட வேண்டும்.

இந்த வகையான தகவல் நுகர்வோர், முதலீட்டாளர்கள், கொள்கை வகுப்பாளர்கள் மற்றும் பிற பங்குதாரர்களுக்கு பெரிய நிறுவனங்களின் நிதி அல்லாத செயல்திறனை மதிப்பிட உதவுகிறது மற்றும் எதிர்பார்ப்புகளுக்கு ஏற்றவாறு நிலையான வணிக உத்திகளை உருவாக்க நிறுவனங்களை ஊக்குவிக்கிறது. **நிலைத்தன்மை அறிக்கையில் என்ன சேர்க்கப்பட்டுள்ளது?**

நிலைத்தன்மை அறிக்கையை வடிவமைப்பதில் அனைவருக்கும் பொருந்தக்கூடிய அணுகுமுறை எதுவும் இல்லை. சில (நடுத்தர-பெரிய) நிறுவனங்கள் தரநிலைப்படுத்தப்பட்ட அறிக்கையை எழுதத் தேர்வுசெய்தாலும், மற்றவை அதற்குப் பதிலாக இலவச-பாணி நிலைத்தன்மை அறிக்கையைத் தேர்ந்தெடுக்கின்றன. எந்த வகையிலும், ஒரு நிலைத்தன்மை அறிக்கையில் அடிக்கடி சேர்க்கப்படுவது:

1. நிலைத்தன்மை அறிக்கையின் பின்னால் உள்ள பார்வை மற்றும் இயக்கிகளை சுருக்கமாக அறிமுகப்படுத்தும் ஒரு CEO அறிக்கை;
2. நிறுவனத்தின் நிர்வாகக் கட்டமைப்பின் விளக்கக்காட்சி மற்றும்  
வியாபார மாதிரி;
3. நிலைத்தன்மை சூழல், அதாவது, ஒரு SWOT பகுப்பாய்வு விளக்குகிறது  
சந்தை மற்றும் தொழில் நிலைகளில் என்ன நடக்கிறது;
4. SWOT பகுப்பாய்வால் ஈர்க்கப்பட்டு, நிறுவனத்தின் முக்கிய எதிர்மறை தாக்கங்கள் மற்றும் வணிக அபாயங்களை அடையாளம் காண ஒரு தாக்க மதிப்பீடு செய்யப்படலாம் (இதில் முன்னேற்றத்தை அளவிடுவதற்கான குறிகாட்டிகளும் அடையாளம் காணப்படுகின்றன);
5. நிறுவனத்தின் முக்கிய பங்குதாரர்களின் அடையாளம் மற்றும் அவர்களை மிகவும் கவலையடையச் செய்யும் பிரச்சினைகள்;
6. அமைப்பின் முக்கிய கவலைகள் (4) மற்றும் பங்குதாரர்கள் (5) முன்னுரிமைகளாக அடையாளம் காணப்பட்ட பொருள் பகுப்பாய்வு;
7. காலப்போக்கில் செயல்திறனின் கண்ணோட்டம், இதில் காலப்போக்கில் முன்னேற்றம் பகிரப்படுகிறது - முக்கிய குறிகாட்டிகள் மற்றும் அளவீடுகள் மூலம்;
8. நிலைத்தன்மை உத்தி ஊழியர்களை வேலை செய்ய அதிக உந்துதலை ஏற்படுத்துகிறது, முதலீட்டாளர்கள் முதலீடு



செய்ய அதிக விருப்பமுள்ளவர்கள் அல்லது அரசு சாரா நிறுவனங்கள் மூலோபாயத் திட்டங்களில் ஒத்துழைப்பதைப் பற்றிய சில கதைகள் மற்றும் ஈர்க்கும் படங்கள்;

ஒரு நல்ல CSR அறிக்கையானது, அதன் தொழில் சூழல் மற்றும் உள்ளூர் சமூகம் உட்பட அதன் பங்குதாரர்களால் மிகவும் அழுத்தமாகக் கருதப்படும் சிக்கல்களைக் கையாள வேண்டும்.

உலகளாவிய அறிக்கையிடல் முன்முயற்சியின் (GRI) படி, அறிக்கையிடல் தரத்தை அளவிடுவதற்கான கொள்கைகளில் சமநிலை, ஒப்பீடு, துல்லியம், நேரமின்மை, தெளிவு மற்றும் நம்பகத்தன்மை. CSR அறிக்கைகள் பங்குதாரர்களுக்கு பயனுள்ள முடிவெடுக்கும் வகையில் சமநிலையான தகவல்களை வழங்க வேண்டும். GRI (2006) இன் படி, "ஒட்டுமொத்த செயல்திறனின் நியாயமான மதிப்பீட்டை செயல்படுத்துவதற்கு நிறுவனத்தின் செயல்திறனின் நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறை அம்சங்களை அறிக்கை பிரதிபலிக்க வேண்டும்". தற்போதுள்ள ஆராய்ச்சி, பாதகமான நிகழ்வுகள் என்று அழைக்கப்படுவதை விட, நிறுவனங்கள் அதிக நேர்மறையான நிகழ்வுகளை வெளிப்படுத்துவதாகவும், சமச்சீர் தகவல்களை வழங்காத நிறுவனங்களை விமர்சிப்பதாகவும் கண்டறியப்பட்டுள்ளது. CSR தகவலின் ஒப்பீடு என்பது தரமான CSR தகவலை வழங்குவதற்கான மற்றொரு கொள்கையாகும், இது பயனர்கள் அல்லது பங்குதாரர்களை நிறுவனங்களின் செயல்திறனை மதிப்பிட அனுமதிக்கிறது. GRI (2006) இன் படி,

"அறிக்கையிடப்பட்ட தகவல்கள் பங்குதாரர்களுக்கு காலப்போக்கில் நிறுவனத்தின் செயல்திறனில் ஏற்படும் மாற்றங்களை பகுப்பாய்வு செய்ய உதவும் வகையில் வழங்கப்பட வேண்டும் மற்றும் பிற நிறுவனங்களுடன் ஒப்பிடுகையில் பகுப்பாய்வை ஆதரிக்க முடியும்". காலப்போக்கில் ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனை அளவிடுதல் மற்றும் அதே துறையில் உள்ள மற்ற நிறுவனங்களுடன் ஒப்பிடுதல் ஆகியவை தரமான வெளிப்பாட்டின் இன்றியமையாத பண்பு ஆகும்.

CSR வெளிப்பாட்டின் தரத்திற்கு தகவலின் துல்லியம் அவசியம். GRI துல்லியத்தை விளக்குகிறது, "அறிக்கையிடப்பட்ட தகவல் போதுமான அளவு துல்லியமாகவும், பங்குதாரர்களுக்கு அறிக்கையிடல் நிறுவனத்தின் செயல்திறனை மதிப்பிடுவதற்கு விரிவாகவும் இருக்க வேண்டும்". பங்குதாரர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் இந்தக் கொள்கையின் மூலம் தகவலின் தரத்தை ஆராய வேண்டும். பசுமை முதலீடு தொடர்பான முடிவுகளை எடுக்கும் மேலாளர்கள் தரமான தகவலைப் பெற இந்தக் கொள்கைகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். காலநிலை என்பது CSR இன் தர வெளிப்பாட்டின் நான்காவது கொள்கையாகும், இருப்பினும் இது நிலைத்தன்மை வெளிப்படுத்தல் இலக்கியத்தில் பெரிதாக எடுத்துக்கொள்ளப்படவில்லை. ஒரு வழக்கமான அட்டவணையின்படி CSR தகவலை வெளிப்படுத்துவது என GRI இன் வெளிப்படுத்தல் கொள்கையில் காலவரையறை

வரையறுக்கப்படுகிறது; தகவல் பங்குதாரர்களுக்கு சரியான நேரத்தில் கிடைக்க வேண்டும்.

CSR வெளிப்படுத்தல் தரத்தின் ஐந்தாவது கொள்கை தெளிவு. இந்தக் கோட்பாட்டின் கீழ், CSR தகவலை வெளிப்படுத்துவது புரிந்துகொள்ளக்கூடியதாகவும், பயன்படுத்தக்கூடியதாகவும் மற்றும் அனைத்து பங்குதாரர்களாலும் அதிக முயற்சியின்றி குறிப்பிட்ட தகவலைக் கண்டறிய அணுகக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும் (GRI, 2016). தேவையற்ற மற்றும் அதிகப்படியான தகவல்கள், சுருக்கெழுத்துக்கள், வாசகங்கள் அல்லது குழப்பமான மொழி போன்ற தெளிவின்மை CSR வெளிப்படுத்தலில் காணப்படுவதாகவும், பங்குதாரர்களை தவறாக வழிநடத்துவதாகவும் ஆராய்ச்சியாளர்கள் வாதிட்டனர். இது தவிர, ஜி.ஆர்.ஐ

வரைபடங்கள், கிராபிக்ஸ், இணைப்புகள், குறியீடுகள், அட்டவணைகள் மற்றும் பிற உள்ளடக்கத்தைப் பயன்படுத்த பரிந்துரைக்கிறது, இதனால் பங்குதாரர்களின் புரிதல் மட்டுப்படுத்தப்படாது. இறுதியாக, CSR வெளிப்படுத்தலில் உள்ள தகவல்கள் நம்பகமானதாக இருக்க வேண்டும். GRI (2016, 2016) இன் படி, ஒரு அறிக்கையைத் தயாரிப்பதற்குப் பயன்படுத்தப்படும் செயல்முறைகள் சேகரிக்கப்பட்டு, பதிவு செய்யப்பட வேண்டும், தொகுக்கப்பட வேண்டும், பகுப்பாய்வு செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் ஆய்வுக்கு உட்பட்டு வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.

CSR அறிக்கையிடல் என்பது நிலையான செயல்திறனை நோக்கி நிறுவனங்களின் வெளிப்படையான தகவல்களை உறுதி செய்வதற்கான இன்றியமையாத கருவியாகும். பங்குதாரர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள் இருவரும் நிலையான மதிப்பு உருவாக்கத்திற்கான நிதி மற்றும் நிதி அல்லாத தகவல்களைக் கோருகின்றனர். உலகளாவிய பங்குச் சந்தைகள், CSR தகவலை வெளியிட, நிலையான அமைப்பாளர்கள் மற்றும் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்கள் மீது கூடுதல் அழுத்தம் கொடுத்துள்ளன. உலக அளவில் பல்வேறு பெரிய நிறுவனங்களில் CSR அறிக்கைகளை வழங்குவது வழக்கமாகி வருகிறது. CSR அறிக்கைகளை வெளியிடுவதற்கான போக்கு அதிகரித்துள்ள போதிலும், இந்த அறிக்கைகளின் தரம் சர்ச்சைக்குரிய பிரச்சினையாக உள்ளது. CSR அறிக்கையிடல் அதன் பொருத்தம் மற்றும் நம்பகத்தன்மை இல்லாமை மற்றும் நிலையான வளர்ச்சியை பாதிக்கத் தவறியதால் விமர்சிக்கப்படுகிறது. தகவலின் தரம், பங்குதாரர்கள் உறுதியான மற்றும் நியாயமான செயல்திறன் மதிப்பீடுகளைச் செய்வதற்கும் தகுந்த நடவடிக்கைகளை எடுப்பதற்கும் இன்றியமையாததாகும்.

## யூனிட் 5

### CSR தணிக்கை மற்றும் தரநிலைகள்:

CSR தணிக்கை; CSR தணிக்கை தொடர்பான பல்வேறு சிக்கல்கள் - வருடாந்திர CSR அறிக்கை தயாரித்தல் மற்றும் பூர்த்தி செய்தல் - CSR தணிக்கையின் நிலைத்தன்மை - CSR தணிக்கை திட்டத்தை உருவாக்குதல் - CSR தணிக்கை சரிபார்ப்பு பட்டியல் ; CSR தணிக்கையின் பலன்கள்- CSR இன் வெற்றிகரமான கார்ப்பரேட் முயற்சிகள் மற்றும் சவால்களின் மறுஆய்வு - CSR மதிப்பீடு, CSR விருதுகள் , சமூக பொறுப்புணர்வு (SA8000) - இந்திய தரநிலை அமைப்பு (ISO- 26000-2010) - CSR இல் GST கூறு.

**கார்ப்பரேட் சமூக பொறுப்பு தணிக்கை**

நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013 இன் படி, CSR செயல்பாடுகளின் தணிக்கையின் தேவை கட்டாயம் இல்லை என்று தோன்றுகிறது. இருப்பினும், நிறுவனங்கள் (நிறுவனத்தின் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) விதிகள் 2014 இன் பல்வேறு விதிகளுக்கு, CSR நடவடிக்கைகளுக்கான கண்காணிப்பு மற்றும் அறிக்கையிடல் வழிமுறை தேவைப்படுகிறது. இவற்றில் அடங்கும்:

1 விதி 4 இன் துணை விதி (2) க்கு வழங்குதல், ஒரு நிறுவனத்தின் வாரியமானது சட்டத்தின் 8வது பிரிவின் கீழ் நிறுவப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது பதிவுசெய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட சங்கம் மூலம் இந்த துணைப் பிரிவில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளவை அல்லாமல் அதன் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடிவு செய்தால் -விதி, அத்தகைய நிறுவனம் அல்லது அறக்கட்டளை அல்லது சமூகம் இதே போன்ற திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களை மேற்கொள்வதில் மூன்று ஆண்டுகள் நிறுவப்பட்ட சாதனைப் பதிவைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்; மற்றும் நிறுவனம் மேற்கொள்ள வேண்டிய திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்கள், அத்தகைய திட்டங்கள் மற்றும் திட்டங்களின் நிதியைப் பயன்படுத்துவதற்கான வழிமுறைகள் மற்றும் கண்காணிப்பு மற்றும் அறிக்கையிடல் வழிமுறை ஆகியவற்றைக் குறிப்பிட்டுள்ளது.

2 விதி 5 இன் துணை விதி (2) CSR கமிட்டியானது CSR திட்டங்கள் அல்லது நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் திட்டங்கள் அல்லது செயல்பாடுகளை செயல்படுத்துவதற்கு வெளிப்படையான கண்காணிப்பு பொறிமுறையை நிறுவுகும்.

3 விதி 6 இன் துணை விதி (1)(b) நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையானது, அத்தகைய திட்டங்கள் அல்லது திட்டங்களின் கண்காணிப்பு செயல்முறையை உள்ளடக்கியிருக்கும்.

எனவே, நிறுவனங்களின் (நிறுவனத்தின் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கை) விதிகள் 2014 இன் படி, CSR செயல்பாடுகளைக் கண்காணித்தல் மற்றும் அதன் அறிக்கையிடல் கட்டாயமாகும். மேலும், பயன்படுத்தப்பட வேண்டிய நிறுவனத்தின் நிதியைக் கண்காணிப்பது (CSR குழு மூலம்) நிறுவனத்தின் பொறுப்பாகும். நிறுவனத்தின் CSR கொள்கையின்படி.

சட்டத்தின் அட்டவணை VII இன் படி குறிப்பாக அனுமதிக்கப்படும் பங்களிப்பை (நன்கொடை) வழங்குவதன் மூலம் நிறுவனம் தனது CSR கடமைகளுக்கு இணங்கினால், அத்தகைய பங்களிப்பின் எந்த அறிக்கையையும் பெற வேண்டிய அவசியமில்லை.

எவ்வாறாயினும், CSR கொள்கை விதிகளின் விதி 4 இன் துணை விதி (2) இன் படி மூன்றாம் தரப்பினரின் மூலம் CSR கடமை செய்யப்படும்போது, அந்த மூன்றாம் தரப்பினரின் தணிக்கையாளர்களிடமிருந்து நிதியைப் பயன்படுத்துவதற்கான அறிக்கையை நிறுவனத்தின் CSR குழு பெற வேண்டும். CSR கொள்கை விதிகளின் கண்காணிப்பு மற்றும் அறிக்கை தேவைகளின் பயனுள்ள CSR இணக்கம்.

### **தணிக்கையாளர்களின் பொறுப்பு**

ஒரு நிறுவனம் CSR நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் இடத்தில்,

நிறுவனத்தின் தணிக்கையாளர் இதை உறுதி செய்ய வேண்டும்:

- மேற்கொள்ளப்படும் செயல்பாடு/திட்டம் சட்டத்தின் அட்டவணை

VIIன் எல்லைக்குள் உள்ளது

- வெறும் பங்களிப்பு/நன்கொடை வழங்கப்பட்டால், அதுவே குறிப்பாக

சட்டத்தின் அட்டவணை VII இன் படி அனுமதிக்கப்படுகிறது.

- CSR நடவடிக்கைகளுக்கான செலவினங்களை தனித்தனியாக வெளிப்படுத்துவது இதன்படி செய்யப்படுகிறது சட்டத்தின் அட்டவணை III.

- திட்டத்திற்கான செலவுகள் நிறுவனங்களின் (CSR கொள்கை)

விதிகள் 2014ன் படி மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

- நிறுவனம் பொருந்தக்கூடிய கணக்கியல் தரநிலைகளுக்கு இணங்கியுள்ளது

CSR செலவு தொடர்பான கணக்கியல், அங்கீகாரம் மற்றும் வெளிப்படுத்தல்.

- CSR செலவினங்களின் தணிக்கைக்கான தணிக்கை தொடர்பான

தொடர்புடைய தரநிலைகளுக்கு அவர் இணங்கியுள்ளார்:

- o SA 250 - தணிக்கையில் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைக் கருத்தில் கொள்ளுதல்



நிதி அறிக்கைகள்.

o SA 720 (திருத்தப்பட்டது) - பிற தகவல் தொடர்பான தணிக்கையாளரின் பொறுப்புகள்

செலவுகளின் தணிக்கை குறித்த வழிகாட்டுதல் குறிப்புக்கு அவர் இணங்கியுள்ளார். ஒரு மூன்றாம் தரப்பினர் மூலம் CSR செயல்பாட்டை ஒரு நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் இடமெல்லாம்.

பிரிவு 8 நிறுவனம் / பதிவுசெய்யப்பட்ட அறக்கட்டளை / பதிவுசெய்யப்பட்ட சொசைட்டி, நிறுவனம் CSR செயல்பாட்டை செயல்படுத்துவதற்காக நிறுவனத்தால் வழங்கப்படும் மூன்றாம் தரப்பினரின் நடைமுறையில் உள்ள தணிக்கையாளர் / CA யிடமிருந்து அத்தகைய CSR நிதிகளைப் பயன்படுத்துவதற்கான ஒரு சுயாதீன பயிற்சியாளரின் அறிக்கையைப் பெற வேண்டும். CSR நிதிகளின் பயன்பாடு குறித்த சுயாதீன பயிற்சியாளரின் அறிக்கையை வெளியிடுவதற்கு முன் மூன்றாம் தரப்பினரின் நடைமுறையில் உள்ள தணிக்கையாளர்/CA:

• மூன்றாம் தரப்பினர், நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 135

இன் படி, VII அட்டவணையில் சட்டம் மற்றும் தொடர்புடைய

விதிமுறைகளின்படி CSR நடவடிக்கைகளுக்கு நிதியைச்

செலவிட்டுள்ளனர்.

• வழிகாட்டுதல் குறிப்பின்படி CSR செலவினங்களின் சரிபார்ப்பு செய்யப்பட்டுள்ளது

ICAI வழங்கிய செலவினங்களின் தணிக்கை.

• இந்தியப் பட்டயக் கணக்காளர்கள் நிறுவனம் வழங்கிய சிறப்பு

நோக்கங்களுக்கான அறிக்கைகள் அல்லது சான்றிதழ்கள் குறித்த

வழிகாட்டுதல் குறிப்பின்படி CSR நிதி அறிக்கையின் பயன்பாடு

வழங்கப்படுகிறது.

CSR தணிக்கை ஒரு நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த செயல்திறனை அதன் முக்கிய மதிப்புகள், நெறிமுறைக் கொள்கை, உள் இயக்க நடைமுறைகள், மேலாண்மை அமைப்புகள் மற்றும், மிக முக்கியமாக, முக்கிய பங்குதாரர்களின் - உரிமையாளர்கள், ஊழியர்கள், சப்ளையர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகங்களின் எதிர்பார்ப்புகளுக்கு எதிராக மதிப்பிடுகிறது.

CSR தணிக்கை என்பது முடிவெடுக்கும் மற்றும் மூலோபாய மேலாண்மைக்கான ஒரு கருவியாகும்.

நிதித் தணிக்கையைப் போலவே, பல்வேறு CSR தரநிலைகளுக்கு எதிராக CSR தணிக்கை நடைபெறலாம்:

- உலகளாவிய காம்பாக்ட்

- உலகளாவிய அறிக்கையிடல் முன்முயற்சி

- நல்ல வணிக கட்டமைப்பு

CSR தணிக்கை உள்ளடக்கிய CSR சிக்கல்கள்?

1. மனித உரிமைகள்: அடிப்படை மனித உரிமைகள், சங்கத்தின் சுதந்திரம் மற்றும் கூட்டு பேரம் பேசுதல், பாகுபாடு இல்லாத, கட்டாயத் தொழிலாளர், குழந்தைத் தொழிலாளர்

2. வணிக நடத்தை: வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் துணை ஒப்பந்ததாரர்களுடனான உறவுகள், ஊழல் மற்றும் போட்டி எதிர்ப்பு நடைமுறைகளைத் தடுத்தல்

3. மனித வளங்கள்: தொழிலாளர் உறவுகள், பணி நிலைமைகள், உடல்நலம் மற்றும் பாதுகாப்பு, தொழில் வளர்ச்சி மற்றும் பயிற்சி, ஊதிய அமைப்பு

4. கார்ப்பரேட் ஆளுகை: இயக்குநர்கள் குழு, தணிக்கை மற்றும் உள் கட்டுப்பாடுகள், பங்குதாரர்களின் சிகிச்சை, நிர்வாக ஊதியம்

5. சுற்றுச்சூழல்: சுற்றுச்சூழலைக் கருத்தில் கொள்ளுதல்  
திதயாரிப்புகளின் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகம் மற்றும் அவற்றின் பயன்பாடு மற்றும் அகற்றல்

6. சமூக ஈடுபாடு: உள்ளூர் சமூகங்களின் மீதான தாக்கங்கள், சமூக மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கான பங்களிப்பு, பொது நலன் காரணங்கள்

நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013, தற்போது, நிறுவனங்கள் தங்கள் CSR செயல்பாடுகளை சமூக தணிக்கை செய்ய வேண்டும் என்று கட்டாயப்படுத்தவில்லை. இந்த ஆண்டு முதல், CSR-2 படிவம் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட நிலையில், கார்ப்பரேட் நிறுவனங்கள் தாங்கள் செலவிடும் திட்டங்கள் குறித்த விரிவான தகவல்களுடன் CSR குறித்த

அறிக்கையை பதிவாளரிடம் தாக்கல் செய்ய வேண்டும்.

CSR அறிக்கையிடல் என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் நிதி அல்லாத அளவீடுகளின் செயல்திறனைப் புகாரளிக்கும் நடைமுறையாகும், இது சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலில் நிறுவனத்தின் தாக்கத்தின் மீது வெளிப்படைத்தன்மையை வழங்குகிறது. பொதுவாக வருடாந்திர அடிப்படையில் வெளியிடப்படும், CSR செயல்திறன் அறிக்கை தன்னார்வமானது. முறையான மூலோபாய செயல்முறை, அது தனக்கென நிர்ணயித்துள்ள சமூக நோக்கங்களுக்கு எதிராக நிறுவனத்தின் உண்மையான சமூக செயல்திறனை அளவிட உதவுகிறது, மேலும் முடிவெடுத்தல், பணி அறிக்கை, வழிகாட்டுதல் கொள்கைகள் மற்றும் வணிக நடத்தை ஆகியவை சமூகப் பொறுப்புகளுடன் எவ்வளவு தூரம் இணைக்கப்பட்டுள்ளன என்பதைக் கண்டறிய உதவுகிறது. பணியாளர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்களின் நலன்களையும் நோக்கங்களையும் கண்டறிய தணிக்கை உதவுகிறது. பணியாளர் நலன்கள், தாவர பாதுகாப்பு, சூழலியல் மற்றும் சமூக காரணங்களில் சமூக ஈடுபாடு போன்ற பொதுவான பகுதிகளில் நிறுவனத்தின் செயல்திறனை நிறுவனம் மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும். தணிக்கை செயல்முறை நிறுவனத்தால் உள்நாட்டில் நடத்தப்படலாம். எவ்வாறாயினும், குறைந்தபட்ச சார்புகளை விதிக்கும் ஒரு வெளி ஆலோசகரால் நடத்தப்படும் தணிக்கையை நிறுவனம் தேர்வு செய்யலாம், இது நிறுவனத்திற்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். நிதித் தணிக்கையைப் போலவே அந்த உண்மையைக் கவனியுங்கள்.

ஒரு வெளிப்புற தணிக்கையாளர் மதிப்பீட்டிற்கு நம்பகத்தன்மையைக் கொண்டுவருகிறார். நிர்வாகம் முடிவுகளை தீவிரமாக எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும் மற்றும் பொது மக்கள் நிறுவனத்தின் பொது உறவுகள், சமூக காரண நடவடிக்கைகள் மற்றும் சமூக காரணங்களை சந்தைப்படுத்துதல் ஆகியவற்றை நம்ப வேண்டும் என்றால் இந்த நம்பகத்தன்மை அவசியம்.

சமூகப் பொறுப்பு தணிக்கை முடிந்தவுடன் அது நிறுவனத்தின் இலக்குகள் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகளைப் பொறுத்து உள்நாட்டிலும் அல்லது உள் மற்றும் வெளிப்புறமாக விநியோகிக்கப்படலாம். சில நிறுவனங்கள் தங்கள் சமூக முன்முயற்சிகள் குறித்து ஒரு தனி கால அறிக்கையை வெளியிடுகின்றன, பின்னர் அது அவர்களின் வலைத்தளத்தில் கிடைக்கும். கிட்டத்தட்ட அனைத்து பொது வர்த்தக நிறுவனங்களும் சமூகப் பொறுப்புணர்வு நடவடிக்கைகளுக்கு அர்ப்பணிக்கப்பட்ட தங்கள் ஆண்டு அறிக்கையில் ஒரு பகுதியைச் சேர்க்கின்றன.

நிறுவனத்தின் சமூக செயல்திறனை வெறுமனே கண்காணித்து மதிப்பிடுவதை விட தணிக்கை பயன்படுத்தப்படலாம். எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் வெளிப்புற சூழலை ஸ்கேன் செய்வதற்கும், உங்கள் நிறுவனத்தின் பாதிப்புகளைக் கண்டறிவதற்கும் நீங்கள் தணிக்கைச் செயல்முறையைப் பயன்படுத்தலாம், பின்னர் உங்கள் நிறுவனத்திற்குள் புதிய சமூக காரண முயற்சிகளைத் தொடங்க முடிவு செய்யலாம். தங்கள் சந்தையில் தங்களை வேறுபடுத்திக் கொள்ளத் தேடும்

நிறுவனங்கள், ஆக்கப்பூர்வமான புதிய சமூக காரண மார்க்கெட்டிங் முயற்சிகளுக்கு உதவ, தணிக்கை மூலம் தொடங்குகின்றன.

இலாப நோக்கற்றது. இந்த முன்முயற்சிகள் நேரடி போட்டியாளர்களிடமிருந்து சந்தைப் பங்கைக் கைப்பற்ற உதவுகின்றன, மேலும் புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்த உதவுகின்றன.

#### படி 1 சூழ்நிலை பகுப்பாய்வு

- உங்கள் நிறுவன சமூகப் பொறுப்புகளில் ஏதேனும் ஒன்றை நீங்கள் மீறியுள்ளீர்களா?
- அப்படியானால், ஏன்? என்ன நடந்தது? இந்த மீறல்கள் பற்றி வேறு யாருக்குத் தெரியும்?- என்னஉங்கள் சப்ளையர்கள்? உங்கள் வாங்குபவர்களில் எவரைப் பற்றி என்ன? உங்கள் நேரடி போட்டியாளர்களில் எவரைப் பற்றி என்ன? அவர்களில் யாராவது எப்போதாவது தங்கள் பொறுப்புகளை மீறியிருக்கிறார்களா? ஏன்?
- உங்கள் பணி அறிக்கை என்ன, அது உங்கள் சமூகம் மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கான உங்கள் பொறுப்புகளுடன் எவ்வாறு ஒத்துப்போகிறது? உங்கள் இலக்குகள் பற்றி என்ன? உங்கள் நிறுவன மதிப்புகள் பற்றி என்ன? உங்கள் வணிகத் திட்டம் நீங்கள் கண்டுபிடிப்பதை பிரதிபலிக்கிறதா?
- உங்கள் நிறுவனத்தைப் பற்றி உங்கள் சமூகமும் பங்குதாரர்களும் என்ன நினைக்கிறார்கள்? உங்கள் தொழில் பற்றி? உங்கள் போட்டியாளர்கள் பற்றி என்ன? உங்கள் இறுதிப் பயனர்கள், உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் பற்றி என்ன?

- உங்கள் கண்டுபிடிப்புகள் நேர்மறையா அல்லது எதிர்மறையா? போக்குகள் மற்றும் திசைகள் என்ன?

## படி 2: அளவுகோல்

- உங்கள் தொழில்துறையில் உள்ள நெறிமுறை தரநிலைகள் மற்றும் விதிமுறைகளை எப்படி விவரிப்பீர்கள், வரையறுப்பீர்கள்?
- உங்களிடம் கார்ப்பரேட் நடத்தை விதிகள் உள்ளதா? அது எப்படி வந்தது?
- அதை எப்படிப் பகிர்கிறீர்கள், உங்கள் நிறுவன நடத்தை விதிகளை உங்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுங்கள் ஊழியர்களா? எப்படி அது அவர்களுக்குத் தெரியும் என்று உனக்குத் தெரியுமா?
- நீங்கள் கடைசியாக எப்போது அதை மதிப்பாய்வு செய்தீர்கள்? இதற்கு ஏதேனும் மாற்றங்கள் தேவையா?
- உங்கள் போட்டியாளர்கள் பற்றி என்ன? அவர்களிடம் கார்ப்பரேட் நடத்தை விதிகள் உள்ளதா?
- உங்கள் நேரடி போட்டியாளர்கள் சமூக காரணத் திட்டங்களில் என்ன செய்கிறார்கள்?
- உங்கள் துறையில் எந்த சமூக காரண திட்டங்கள் வேலை செய்தன? ஏன்?
- உங்கள் தொழில்துறையில் எந்த சமூக காரண திட்டங்கள் வேலை செய்யவில்லை?
- எதிர்காலம், போக்கு பகுப்பாய்வு, உங்கள் தொழில்துறைக்கு எதைக் குறிக்கிறது?
- வேறு என்ன குறிப்பிடத்தக்க போக்குகள் உங்கள் தொழில்துறையை வடிவமைக்கின்றன? உங்கள் தொழில்துறையை பாதிக்கக்கூடிய விதிமுறைகள் பற்றி என்ன? அவை எப்படி வந்தன? அவர்களின் மூல காரணம் என்ன?
- மற்ற தொழில்களில் உள்ள நிறுவனங்கள் உங்களுடைய சமூகப்

பொறுப்புகளை எவ்வாறு நிறைவேற்றுகின்றன?

படி 3 மூளைப்புயல்

- மேலே உள்ள உங்கள் கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும்

கண்டுபிடிப்புகளின் அடிப்படையில், உங்கள் நிறுவனத்தை

மூலோபாய ரீதியாக வேறுபடுத்துவதற்கு நீங்கள்

வித்தியாசமாக என்ன செய்யலாம்?

- நீங்கள் எதைச் சிறப்பாகச் செய்ய விரும்புகிறீர்கள்? உங்கள் நிறுவனத்தில் என்ன விஷயங்களை மேம்படுத்த வேண்டும்?

- நீங்கள் தொடர்ந்து என்ன செய்ய விரும்புகிறீர்கள்? உங்கள்

போட்டியாளர்களை விட நீங்கள் செய்யும் விஷயங்கள் என்ன?

- உங்கள் சமூகத்தின் எந்தப் பகுதி அல்லது சமூகத்தில்

உள்ளவர்கள் உங்களால் அதிகம்

பாதிக்கப்படுகிறார்கள்வியாபாரமா?எப்படி?

-உங்கள் வணிகம் மற்றும்/அல்லது பணியாளர்களைப் பாதிக்கும் சமூகப் பிரச்சினைகள் என்ன?

- உங்கள் நிறுவனம் சமூகத்தில் என்ன பங்கு வகிக்க விரும்புகிறது?

- இந்த உறவுக்கு உதவ நீங்கள் கடந்த காலத்தில் என்ன செய்தீர்கள்?

- உங்கள் ஊழியர்களின் நலன்கள் என்ன மற்றும் அவர்கள் எந்த சமூக காரணங்களுக்காக அர்ப்பணிக்கப்படுகிறார்கள்?

- உங்கள் வணிகத் திட்டம், வணிக உத்தி ஆகியவை நீங்கள்

இதுவரை கண்டுபிடித்தவற்றுடன் நன்றாகப் பொருந்துகிறதா?

-உங்கள் வணிகத் திட்டம், வணிக உத்தி மறுவேலை செய்யப்பட வேண்டுமா?

-உங்கள் திட்டம் மற்றும் உத்தியை திருத்துவதற்கான காலக்கெடு என்னவாக இருக்கும்?

- இந்த செயல்முறைக்கு உங்களுக்கு யார் உதவ முடியும்?



#### படி 4: மாற்றுகளை மதிப்பிடவும்

இந்த மாற்றுகளில் ஒவ்வொன்றையும் கவனியுங்கள்: ஸ்பான்சர்ஷிப், இணை பிராண்டிங், உரிமம், புதிய தயாரிப்பு மேம்பாடு, பரோபகார முதலீடுகள், தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் நன்கொடைகள் மற்றும் பணியாளர் ஈடுபாடு.

- உங்கள் சூழ்நிலைப் பகுப்பாய்விற்கு எது(கள்) சிறந்தது? ஏன்?
- உங்கள் கார்ப்பரேட் தலைமைக் குழு என்ன நினைக்கிறது? உங்கள் ஊழியர்கள் என்ன நினைக்கிறார்கள்?
- உங்கள் சமூக காரண முயற்சிகளுக்கான விளைவுகளை எவ்வாறு மதிப்பீடு செய்து அளவிடப் போகிறீர்கள்?
- எந்த வகையான ஆதாரங்களை நீங்கள் செய்ய தயாராக உள்ளீர்கள்? எவ்வளவு காலம்?
- நீங்கள் நன்றாக இருக்கிறீர்கள் என்பதை எப்படி அறிவீர்கள்? இதற்கு யார் நீதிபதியாக இருக்கப் போகிறார்கள்?
- உங்கள் பணியாளர்களை உந்துதல் மற்றும் உங்கள் விருப்பத்திற்குப் பின்வாங்குவதற்கு எப்படி ஆர்வமாக இருக்கப் போகிறீர்கள்?
- மாற்று வழியை எப்படி தேர்ந்தெடுக்கப் போகிறீர்கள்? தேர்ந்தெடுக்க உங்களுக்கு யார் உதவப் போகிறார்கள்?

#### படி: செயல் திட்டத்தை உருவாக்கவும்

- உங்கள் தணிக்கையின் முக்கிய பேசும் புள்ளிகள் என்ன என்பதை நீங்கள் இப்போது தொடர்பு கொள்ள வேண்டும் என்று நினைக்கிறீர்களா?
- நீங்கள் "தாக்குதல்" செய்யப் போகிறீர்கள் என்று உணர்கிறீர்களா? அல்லது "தற்காப்பு?" ஏன்?

- உங்கள் சூழ்நிலைக்கு எந்த சமூக காரண முயற்சி சிறந்த தீர்வாகத் தெரிகிறது? ஏன்?
- தொடங்குவதற்கு உங்களின் சில காலக்கெடு என்ன? நீங்கள் இதை எவ்வளவு வேகமாக நகர்த்த வேண்டும்?
- உங்கள் சமூக நோக்கத்திற்கான முன்முயற்சி அல்லது திட்டத்தை நீங்கள் தொடங்கினால், உங்கள் நேரடி போட்டியாளர்கள் என்ன நடவடிக்கை எடுப்பார்கள் என்று நினைக்கிறீர்கள்?
- உங்கள் தணிக்கையை யாருடன் பகிர்ந்து கொள்ள வேண்டும்? உங்கள் தணிக்கையை எவ்வாறு பகிர்ந்து கொள்ளப் போகிறீர்கள்?
- உங்கள் தணிக்கையைப் படித்தவுடன் அவர்கள் என்ன நினைக்க வேண்டும், என்ன செய்ய வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கிறீர்கள்?
- உங்கள் உள் பங்குதாரர்கள், நிர்வாகிகள், பணியாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள் போன்றவற்றுடன் நீங்கள் எதை எப்போது பகிர்ந்து கொள்ள வேண்டும்? உங்கள் வெளிப்புற பங்குதாரர்கள், சப்ளையர்கள், வாங்குபவர்கள், உள்ளூர் சமூகங்கள் மற்றும் ஊடகங்களுடன்?
- உங்கள் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு தணிக்கையின் சுருக்கத்தைத் தயாரிக்க யார் உங்களுக்கு உதவ முடியும்?
- உங்களின் புதிய சமூக நோக்க முயற்சியை உருவாக்கி தொடங்குவதற்கு பொறுப்பான நபர் யார்?

### CSR இன் சிக்கல்கள்

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு என்பது ஒரு புறப் பிரச்சினை என்று பல நிறுவனங்கள் நினைக்கின்றன

தங்கள் வணிகம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் திருப்தி அவர்களுக்கு மிகவும் முக்கியமானது. வாடிக்கையாளர் திருப்தி

என்பது இப்போது விலை மற்றும் சேவையைப் பற்றியது என்று அவர்கள் கற்பனை செய்கிறார்கள், ஆனால் வணிகத்தை மூழ்கடிக்கக்கூடிய உலகளவில் நடக்கும் முக்கியமான மாற்றங்களை அவர்கள் சுட்டிக்காட்டத் தவறிவிட்டனர். இந்த மாற்றம் சமூகப் பொறுப்பு என்று பெயரிடப்பட்டுள்ளது, இது வணிகத்திற்கான வாய்ப்பாகும். வணிகத்தை CSR நோக்கித் தள்ளும் ஒட்டுநர்களில் சிலர் அடங்கும்.

### **அரசாங்கத்தின் சுருங்கி வரும் பங்கு**

கடந்த காலங்களில் அரசாங்கங்கள் வணிகத் துறையில் சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் நோக்கங்களை வழங்குவதற்கு சட்டம் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளை நம்பியிருந்தன. சுருங்குகிறது அரசாங்க வளங்கள், விதிமுறைகளின் மீதான அவநம்பிக்கையுடன் இணைந்து, தன்னார்வ மற்றும் ஒழுங்குமுறை அல்லாத முயற்சிகளை ஆராய வழிவகுத்தது.

### **பெரிய வெளிப்படுத்தல் கோரிக்கைகள்**

வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள், ஊழியர்கள், சமூகங்கள், முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் ஆர்வலர் அமைப்புகள் உள்ளிட்ட பங்குதாரர்களிடமிருந்து பெருநிறுவன வெளிப்பாட்டிற்கான தேவை அதிகரித்து வருகிறது.

### **அதிகரித்த வாடிக்கையாளர் ஆர்வம்**

நிறுவனங்களின் நெறிமுறை நடத்தை வாடிக்கையாளர்களின் கொள்முதல் முடிவுகளில் வளர்ந்து வரும் செல்வாக்கை செலுத்துகிறது என்பதற்கான சான்றுகள் உள்ளன. என்விரானிக்ஸ்

இன்டர்நேஷனல் நடத்திய சமீபத்திய கணக்கெடுப்பில், ஐந்தில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் தங்களின் சமூக செயல்திறனின் அடிப்படையில் வெகுமதி அல்லது தண்டிக்கப்பட்டதாக தெரிவித்துள்ளனர்.

### வளரும் முதலீட்டாளர் அழுத்தம்

முதலீட்டாளர்கள், நிறுவனங்களின் செயல்திறனை மதிப்பிடும் முறையை மாற்றி, நெறிமுறைக் கவலைகளை உள்ளடக்கிய அளவுகோல்களின் அடிப்படையில் முடிவுகளை எடுக்கின்றனர்.

### போட்டி தொழிலாளர் சந்தைகள்

ஊழியர்கள் பெருகிய முறையில் சம்பள காசோலைகள் மற்றும் சலுகைகளுக்கு அப்பால் பார்க்கிறார்கள், மேலும் அவர்களின் தத்துவங்கள் மற்றும் செயல்பாட்டு நடைமுறைகள் தங்கள் சொந்த கொள்கைகளுடன் பொருந்தக்கூடிய முதலாளிகளைத் தேடுகிறார்கள். திறமையான ஊழியர்களை பணியமர்த்துவதற்கும், தக்கவைப்பதற்கும், நிறுவனங்கள் பணி நிலைமைகளை மேம்படுத்த வேண்டிய கட்டாயத்தில் உள்ளன.

### சப்ளையர் உறவுகள்

பங்குதாரர்கள் வணிக விவகாரங்களில் அதிக ஆர்வம் காட்டி வருவதால், பல நிறுவனங்கள் தங்கள் பங்காளிகள் சமூகப் பொறுப்புடன் நடந்துகொள்வதை உறுதிசெய்ய நடவடிக்கை எடுத்து வருகின்றன. சில நிறுவனங்கள், பிற நிறுவனங்களின் கொள்கைகள் அல்லது நடைமுறைகள் தங்கள் நற்பெயருக்குக் களங்கம் விளைவிக்கக் கூடாது என்பதற்காக, தங்கள்

சப்ளையர்களுக்கு நடத்தை நெறிமுறைகளை அறிமுகப்படுத்துகின்றன. CSR என்ற கருத்து பங்குதாரரைப் பொறுத்து வெவ்வேறு அர்த்தங்களைக் கொண்டிருந்தது மற்றும் நிறுவனத்தின் எதிர்பார்ப்புகளின் குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையைப் பொறுத்து மாறுபடும்.

**ஆண்டு CSR அறிக்கை தயாரித்தல் மற்றும் தாக்கல் செய்தல்**

நிறுவனங்கள், இயக்குநர்களின் பெயர் மற்றும் பதவி, ஆண்டு நடைபெற்ற CSR குழுக் கூட்டங்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் குழுக் கூட்டங்களில் ஒவ்வொரு இயக்குனரின் வருகை போன்ற மற்ற விவரங்களுடன் CSR குழுக்களின் அமைப்பையும் குறிப்பிட வேண்டும்.

**CSR இன் சவால்கள்**

**1. CSR நடவடிக்கைகளில் சமூகப் பங்கேற்பு இல்லாமை:**

நிறுவனங்களின் CSR நடவடிக்கைகளில் பங்கேற்பதிலும் பங்களிப்பதிலும் உள்ளூர் சமூகத்தின் ஆர்வமின்மை உள்ளது. இதைப் பற்றிய அறிவு மிகக் குறைவு அல்லது இல்லை என்பதே இதற்குக் காரணம்.

CSR பற்றிய விழிப்புணர்வை பரப்புவதற்கும், அத்தகைய முயற்சிகள் குறித்து உள்ளூர் சமூகங்களில் நம்பிக்கையை ஏற்படுத்துவதற்கும் தீவிர முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படாததால், உள்ளூர் சமூகங்களுக்குள் CSR. நிறுவனத்திற்கும் அடிமட்டத்தில் உள்ள சமூகத்திற்கும் இடையேயான தொடர்பு இல்லாததால் நிலைமை மேலும் மோசமாகிறது.

## 2. உள்ளூர் திறன்களை உருவாக்க வேண்டும்:

நிறுவனங்களால் தொடங்கப்பட்ட தற்போதைய CSR நடவடிக்கைகளுக்கு திறம்பட பங்களிக்கக்கூடிய பயிற்சி பெற்ற மற்றும் திறமையான நிறுவனங்களின் பற்றாக்குறை இருப்பதால், உள்ளூர் அரசு சாரா நிறுவனங்களின் திறனை வளர்ப்பதற்கான தேவை உள்ளது. இது CSR முன்முயற்சிகளின் அளவை அதிகரிப்பதில் தீவிரமாக சமரசம் செய்து, பின்னர் அத்தகைய நடவடிக்கைகளின் நோக்கத்தை கட்டுப்படுத்துகிறது.

## 3. வெளிப்படைத்தன்மையின் சிக்கல்கள்:

CSR இன் முக்கிய பிரச்சினைகளில் வெளிப்படைத்தன்மை இல்லாமையும் ஒன்றாகும். நிறுவனங்கள் தங்கள் திட்டங்கள், தணிக்கைச் சிக்கல்கள், தாக்க மதிப்பீடு மற்றும் நிதிப் பயன்பாடு பற்றிய தகவல்களை வெளியிட போதுமான முயற்சிகளை மேற்கொள்ளாததால், உள்ளூர் அமலாக்க முகமைகளின் தரப்பில் வெளிப்படைத்தன்மை இல்லாததாக வெளிப்படுகிறது. வெளிப்படைத்தன்மை இல்லாதது நிறுவனங்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகங்களுக்கு இடையே நம்பிக்கையை உருவாக்கும் செயல்முறையை எதிர்மறையாக பாதிக்கிறது, இது உள்ளூர் மட்டத்தில் எந்தவொரு CSR முயற்சியின் வெற்றிக்கும் முக்கியமாகும்.

## 4. நன்கு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட அரசு சாரா நிறுவனங்கள் கிடைக்காதது:

தொலைதூர மற்றும் கிராமப்புறங்களில் நன்கு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட அரசு சாரா நிறுவனங்கள் இல்லை என்று தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது, அவை சமூகத்தின் உண்மையான

தேவைகளை மதிப்பிடவும் மற்றும் அடையாளம் காணவும் மற்றும் CSR நடவடிக்கைகளை வெற்றிகரமாக செயல்படுத்த நிறுவனங்களுடன் இணைந்து செயல்படவும் முடியும். உள்ளூர் மட்டங்களில் வளர்ச்சித் திட்டங்களை மேற்கொள்வதற்கான திறனை வளர்ப்பதன் மூலம் உள்ளூர் சமூகங்களில் முதலீடு செய்வதற்கான வழக்கையும் இது உருவாக்குகிறது.

**5. தெரிவுநிலை காரணி:**

வெற்றிகரமான CSR முன்முயற்சிகளின் நல்ல நிகழ்வுகளை முன்னிலைப்படுத்துவதில் ஊடகங்களின் பங்கு வரவேற்கத்தக்கது, ஏனெனில் இது நல்ல கதைகளை பரப்புகிறது மற்றும் நிறுவனங்களின் பல்வேறு CSR முயற்சிகள் பற்றி உள்ளூர் மக்களுக்கு உணர்த்துகிறது. தெரிவுநிலையைப் பெறுதல் மற்றும் பிராண்டிங் பயிற்சியின் இந்த வெளிப்படையான செல்வாக்கு பெரும்பாலும் பல அரசு சாரா நிறுவனங்கள் நிகழ்வு அடிப்படையிலான திட்டங்களில் தங்களை ஈடுபடுத்திக் கொள்ள வழிவகுக்கிறது; செயல்பாட்டில், அவர்கள் பெரும்பாலும் அர்த்தமுள்ள அடிமட்ட தலையீடுகளை இழக்கிறார்கள்.

**6. CSR முன்முயற்சிகள் பற்றிய குறுகிய பார்வை:**

அரசு சாரா நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசு நிறுவனங்கள் பொதுவாக நிறுவனங்களின் CSR முன்முயற்சிகளை நோக்கி குறுகிய கண்ணோட்டத்தைக் கொண்டுள்ளன, பெரும்பாலும் CSR முன்முயற்சிகளை உள்ளூர் அணுகுமுறையை விட நன்கொடையாளர்களால் இயக்கப்படும் என்று வரையறுக்கிறது.

இதன் விளைவாக, அவர்கள் நடுத்தர மற்றும் நீண்ட காலத்திற்கு இதுபோன்ற நடவடிக்கைகளில் பங்கேற்க வேண்டுமா என்பதை தீர்மானிக்க கடினமாக உள்ளது.

**7. தெளிவான CSR வழிகாட்டுதல்கள் கிடைக்காமை:**

நிறுவனங்களின் CSR முன்முயற்சிகளுக்கு ஒரு உறுதியான வழிகாட்டுதலை வழங்குவதற்கு, தெளிவான சட்டரீதியான வழிகாட்டுதல்கள் அல்லது கொள்கை வழிகாட்டுதல்கள் எதுவும் இல்லை. நிறுவனங்களின் CSR முன்முயற்சிகளின் அளவு அவற்றின் வணிக அளவு மற்றும் சுயவிவரத்தைப் பொறுத்து இருக்க வேண்டும் என்று கண்டறியப்பட்டுள்ளது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பெரிய நிறுவனம், அதன் CSR திட்டம் பெரியது.

**8. CSR சிக்கல்களை செயல்படுத்துவதில் ஒருமித்த கருத்து இல்லாமை:**

CSR திட்டங்கள் தொடர்பாக உள்ளூர் நிறுவனங்களிடையே ஒருமித்த கருத்து இல்லை. ஒருமித்த கருத்து இல்லாததால், பெருநிறுவன நிறுவனங்கள் தங்கள் தலையீட்டின் பகுதிகளில் செயல்பாடுகளை நகலெடுக்கின்றன. இது பிரச்சனைகளில் கூட்டு அணுகுமுறைகளை உருவாக்குவதற்கு பதிலாக உள்ளூர் செயல்படுத்தும் முகவர்களிடையே போட்டி மனப்பான்மையை ஏற்படுத்துகிறது. இந்த காரணி, அவ்வப்போது அவர்களின் முயற்சிகளின் தாக்க மதிப்பீட்டை மேற்கொள்வதற்கான நிறுவனத்தின் திறன்களைக் கட்டுப்படுத்துகிறது.

CSR தணிக்கை திட்டத்தை உருவாக்குதல்



ஒரு CSR தணிக்கை திட்டம் பின்வரும் அபாயங்கள்  
அனைத்தையும் அல்லது ஏதேனும் ஒன்றை உள்ளடக்கும்: CSR  
செயல்படுத்தலுக்கான செயல்பாட்டு கட்டமைப்பின் செயல்திறன்  
குறிப்பிட்ட, பெரிய CSR திட்டங்களை செயல்படுத்துவதன்  
செயல்திறன் உள் கட்டுப்பாடு மற்றும் மறுஆய்வு வழிமுறைகளின்  
போதுமான அளவு

செயல்திறன் அளவீடுகளின் நம்பகத்தன்மைவெளிப்புற காரணிகளுடன்  
தொடர்புடைய ஆபத்து மேலாண்மைபோன்ற ஒழுங்குமுறை இணக்கம்,  
சாத்தியமான பாதகமான NGO கவனத்தை நிர்வகித்தல், முதலியன

அன் நிறுவனத்தின் சமூகப் பொறுப்புணர்வு  
முன்முயற்சியானது உள் மற்றும் வெளிப்புறக் கருத்தாய்வுகளை  
உள்ளடக்கிய பல கூறு திட்டங்களை உள்ளடக்கியிருக்கலாம்:

1. **நிதி மற்றும் வளங்களை நன்கொடையாக வழங்குதல்-**  
நன்கொடைகள் கவனமாக மதிப்பாய்வு  
செய்யப்படுவதையும், சரியான தீர்ப்பின் அடிப்படையில்  
இருப்பதையும் நிர்வாகம் உறுதி செய்ய வேண்டும். இது  
மிகவும் பொதுவான வகை சமூக ஈடுபாடு என்றாலும்,  
நேரம், நிதியின் அளவு மற்றும் பரிசுகளின் வகை  
ஆகியவற்றைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். சில  
நிறுவனங்கள் ஊதிய நேரத்தில் சமூகத்தில் தன்னார்வத்  
தொண்டு செய்ய பணியாளர்களை அனுமதிக்கின்றன.
2. **திட்ட அமலாக்கம்-** நிறுவனங்கள் பெரும்பாலும் பெரிய CSR  
திட்டங்களைத் தொடங்குகின்றன, அவை உயர் பிராண்ட்

அல்லது வணிக தாக்கத்தை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. இந்த திட்டங்கள் பொதுவாக நீண்ட கால அடிவானத்தில் இயங்கலாம் மற்றும் பணம் மற்றும் மக்கள் ஆகிய இரண்டிலும் நேரம் மற்றும் வளங்களின் குறிப்பிடத்தக்க முதலீட்டை உள்ளடக்கியது. தெளிவான நோக்கங்களை அமைத்தல், போதுமான ஆதாரங்கள், திறமையான கண்காணிப்பு மற்றும் திட்ட செயல்திறனை சுயாதீனமான மதிப்பாய்வு ஆகியவை வெற்றிக்கு முக்கியமானவை.

3. **தொடர்புகள்-** நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகள் மற்றும் செயல்களை விவரிக்க, பணியாளர்களுக்கும் பொதுமக்களுக்கும் தொடர்பு கொள்ள பயனுள்ள திட்டங்களை உருவாக்குதல்  
 சமூகத்தில் தொடர்புடைய தாக்கம், பொது உறவுகள் மற்றும் சமூகப் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதில் PR செயல்பாட்டின் போதுமான தன்மையை மதிப்பிடுதல்.
4. **சமூக பொறுப்புணர்வு** பகுப்பாய்வுசமூகப் பொறுப்புணர்வுச் சிக்கல்களைக் கண்டறிவதற்கும், மதிப்பீடு செய்வதற்கும், ஆராய்ச்சி செய்வதற்கும் நிறுவனங்கள் பிரத்யேக ஆதாரங்களை ஒதுக்கலாம், சமூகக் குழுக்களுடன் தொடர்புகளை ஏற்படுத்துதல் மற்றும் பொது நலம் அல்லது சுற்றுச்சூழலுக்குப் பொறுப்பானவர்களுடன் இணைந்து பணியாற்றுதல் ஆகியவை பொருத்தமான பிரச்சினைகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் அவற்றைத் தீர்ப்பதற்கும்

நிறுவனத்திற்கு உதவும்.

5. **நிர்வாகக் கொள்கைகள் & முடிவு ஆதரவு-** அனைத்து நிறுவன நிலைகளும் நோக்கங்களும் சமூகப் பொறுப்புத் திட்டங்களை உள்ளடக்கியதாக இருக்க வேண்டும். இந்த நோக்கங்கள் கொள்கை மற்றும் நடைமுறைகள், பொதுமக்களுக்கான அறிக்கைகள், சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்கள் மற்றும் பொதுமக்களுக்கு வெளிப்படையானதாக இருக்கலாம். மேலாண்மை முடிவுகளில் சமூகப் பொறுப்புக் கருத்தாய்வுகள் குறிப்பாக சமூகத்தை நேரடியாகப் பாதிக்கும் வகையில் இருக்க வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக, சத்தம், போக்குவரத்து அல்லது மாசுபாட்டை உருவாக்கும் செயல்பாடுகள் அல்லது ஆலைகள் அல்லது சமூகத்தின் எந்தப் பகுதியையும் பாதிக்கக்கூடிய சமூகப் பொறுப்பு கூறுகள் இருக்க வேண்டும்.
6. **ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு-** விரும்பத்தகாத தாக்கங்கள் அல்லது தயாரிப்புகளால் குறைக்கும் அல்லது அகற்றும் செயல்பாடுகள் அல்லது தயாரிப்புகளுக்கான மாற்று முறைகள் அல்லது அணுகுமுறைகள் குறித்து நிறுவனங்கள் ஆராய்ச்சி நடத்தலாம். எடுத்துக்காட்டாக, அச்சப்பொறி மை பொதியுறைகள் மற்றும் பிற தயாரிப்புகளுக்கான மறுசுழற்சி திட்டங்களை உற்பத்தி நிறுவனங்கள் முறையான அகற்றல் அல்லது மறுபயன்பாட்டை உறுதி செய்ய ஆதரிக்க முடியும்.
7. **அரசு திட்ட பங்கேற்பு-** நிறுவனங்கள் தங்கள் தொழில் போட்டியாளர்களுடன் சேர்ந்து அடிக்கடி பிரச்சினைகள்

குறித்த ஆராய்ச்சியை வழங்க அரசு நிறுவனங்களுடன் ஒத்துழைக்கின்றன. பிரச்சனையில் உள்ள பிரச்சனைகள் மற்றும் அரசாங்கத்தின் பொறுப்புகளை நன்கு புரிந்து கொள்ளும் நிறுவனங்கள், பிரச்சனையின் ஒரு பகுதியாக இருப்பதை விட தீர்வின் ஒரு பகுதியாக இருப்பதை உறுதிசெய்ய உதவும். நிறுவனங்கள் தொடர்புடைய சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறை ஆணைகள் உறுதியானவை, பயனுள்ளவை மற்றும் பொதுவான நலன்களை உள்ளடக்கியவை என்பதை உறுதிப்படுத்த முடியும்.

**கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு சரிபார்ப்புப் பட்டியல்கள்**

தணிக்கை என்பது ஒரு முக்கியமான மேலாண்மை தகவல் அமைப்பு (MIS) கருவியாகும், இதில் பல மேலாண்மை முடிவுகள் சார்ந்து இருக்கும். எந்தவொரு தணிக்கையின் நோக்கமும் தகவலைப் பெறுவது மற்றும் குறிப்பிட்ட அமைப்பின் சரியான செயல்பாட்டை சரிபார்க்க உள் செயல்முறைகளில் கூடுதல் ஒழுக்கத்தை வழங்குவதாகும்.

கழிவு மற்றும் செலவைக் குறைப்பதிலும், கணினியில் செயல்திறன் மற்றும் செயல்திறனை மேம்படுத்துவதிலும் இத்தகைய பயிற்சியின் நன்மைகள் தெளிவாகத் தெரிகிறது.

**CSR தணிக்கை தேவை**

CSR தணிக்கை என்பது பங்குதாரர்களுக்கு சமூக மதிப்பை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் CSR அமைப்பு, செயல்முறை மற்றும் மேலாண்மை எவ்வளவு சிறப்பாக செயல்படுகிறது

என்பதற்கான முறையான, ஆவணப்படுத்தப்பட்ட, காலமுறை மற்றும் புறநிலை மதிப்பீட்டை உள்ளடக்கிய ஒரு மேலாண்மை கருவியாகும்.

இது ஒரு சுயாதீனமான மதிப்பீடு:

- i) கொள்கை மற்றும் கொள்கைகளுக்கு இணங்குதல்,
- ii) அமைப்புகள், நடைமுறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளுக்கு இணங்குதல்,
- iii) CSR தொடர்பான கூறுகளின் செயல்திறன்,
- iv) ஒழுங்குமுறை தேவைகளுக்கு இணங்குதல், மற்றும்
- v) தரவு மேலாண்மை, பதிவுகள் மற்றும் வெளிப்படுத்தல் ஆகியவற்றின் நம்பகத்தன்மை.

அத்தகைய பயிற்சியின் நன்மைகள், சட்டப்பூர்வ தேவைகளுக்கு இணங்குதல்/இணங்குவதை உறுதி செய்வது மட்டுமல்லாமல், சமூக ஆபத்து மற்றும் பொறுப்பைக் குறைப்பதும் ஆகும்; மற்றும் CSR திட்டங்களின் செயல்திறன் மற்றும் செயல்திறனை அதிகரிக்கும். ஒவ்வொரு வெற்றிகரமான திட்டத்திற்கும் ஒரு நல்ல தணிக்கை அமைப்பு முதுகெலும்பாகும். தணிக்கை செயல்முறை கண்காணிப்பு நடைமுறைகள், பதிவுகளின் கிடைக்கும் தன்மை மற்றும் நிரல்களின் மதிப்பீட்டிற்கான உள்ளீடு ஆகியவற்றை நன்கு புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது.

### CSR தணிக்கையின் நோக்கம்

வெளியீடு என்பது நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் CSR நடவடிக்கைகளின் அளவு தாக்கமாகும். தணிக்கையில் மேற்கொள்ளப்பட்ட செயல்பாடுகளின் காரணமாக அடையாளம்

காணப்பட்ட காலப்பகுதியில் ஏற்பட்ட உடல் மாற்றங்களின் மதிப்பீடு அடங்கும். மேற்கொள்ளப்படும் சமூக மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகளின் செயல்திறன், அடையாளம் காணப்பட்ட பயனாளிகளின் எண்ணிக்கை மற்றும் சமூகத்திற்கு வழங்கப்படும் சமூக/உடல் உட்கட்டமைப்பு ஆகியவற்றைப் பொறுத்து இந்தத் தாக்கம் மாறுபடும்.

I. நிதி ஆதாரங்கள் மற்றும் பயன்பாட்டிற்கான தணிக்கை

இது திட்ட நிர்வாகத்தின் முதன்மை அம்சங்களை உள்ளடக்கியது, அதாவது

CSR திட்டம் சரியான நேரத்தில், மதிப்பிடப்பட்ட செலவில் மற்றும் தேவையான தரத்துடன் வழங்கப்பட்டது. இது பொதுவாக பெருநிறுவனத்தின் நிதி தணிக்கையின் கீழ் வருகிறது.

II. நிறுவனங்கள் சட்டம் மற்றும் CSR கொள்கை மற்றும் CSR தணிக்கைக்கு இணங்குவதற்கான தணிக்கை

நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் கீழும் கார்ப்பரேட் திட்டத்தின் கீழும், உத்திகள் மற்றும் கொள்கைகளுக்கு இணங்குவதை இது உறுதி செய்யும். வணிக செயல்முறைகள், வணிகத் திட்டங்கள் மற்றும் வணிக இடர் பதிவேடு ஆகியவற்றில் CSR முழுமையாக ஒருங்கிணைக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதை ஆய்வு செய்து உறுதிசெய்ய இது நிறுவனத்திற்கு உதவும்.

i) நிறுவனங்கள் சட்டத்துடன் இணங்குதல்

இது நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் பிரிவு 135 இல்

அடையாளம் காணப்பட்ட செயல்முறைகளுக்கு இணங்குவதற்கான தணிக்கையை உள்ளடக்கியது. இதில் CSR திட்டங்கள் எவ்வாறு அடையாளம் காணப்படுகின்றன, CSR இலக்குகள் நிறுவப்பட்டுள்ளன, மற்றும் CSR திட்டங்கள் உருவாக்கப்படுகின்றன. நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் அட்டவணை VII இன் கீழ் அடையாளம் காணப்பட்ட செயல்பாடுகள் மற்றும் கார்ப்பரேட் விவகார அமைச்சகம் அவ்வப்போது வழங்கும் தெளிவுபடுத்தல்களின் அடிப்படையில் CSR திட்டங்களின் அடையாளத்தை தணிக்கை செய்வதையும் இது உள்ளடக்கியது.

ii) CSR கொள்கையின் செயல்திறன்

CSR கொள்கையின் செயல்திறன், அது விரும்பிய முடிவுகளை அளித்ததா மற்றும் என்ன மாற்றங்கள் செய்யப்பட்டுள்ளன அல்லது பாலிசியின் கூறப்பட்ட நோக்கங்கள் மற்றும் நோக்கங்களை வழங்குவதற்கு என்ன செய்ய வேண்டும் என்பதை இது உள்ளடக்கியது.

iii) CSR திட்டங்களின் அடையாளம் மற்றும் உருவாக்கம்

தணிக்கையானது CSR திட்டங்களின் அடையாளம் மற்றும் உருவாக்கம், அது அடைய விரும்பும் வெளியீடு மற்றும் விளைவுகளை வரையறுப்பது உட்பட. இலக்கை அடைய போதுமான ஆதாரங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டதா என்பதை தணிக்கை உள்ளடக்கும். அரசாங்கத்தின் தேசியத் திட்டத்தின்படி தேசிய இலக்குகள் மற்றும் நிலையான வளர்ச்சி இலக்குகளுடன் தேவை

மதிப்பீடு கணக்கெடுப்பு இணைக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதையும் தணிக்கை உள்ளடக்கும்.

iv) நிறுவன அமைப்பு

தணிக்கையானது தகுந்த மனித வளங்களை வரிசைப்படுத்துதல் மற்றும் அவற்றை செயல்படுத்தும் முகமையால் திறமையாகப் பயன்படுத்துதல் ஆகியவற்றின் மதிப்பீட்டை உள்ளடக்கும்.

உள்நாட்டில் அல்லது ஒரு தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனம் மூலமாகவோ அல்லது வேறு ஏதேனும் சட்டப்பூர்வ நிறுவனம் மூலமாகவோ பணியமர்த்தப்பட்ட பணியாளர்களின் தகுதி மற்றும் அவர்களின் பயிற்சித் தேவைகளை மனிதவள தணிக்கை கண்டறியும். தணிக்கையானது ஒரு யூனிட் உற்பத்திக்கான வளங்களை திறம்பட பயன்படுத்துவதன் மூலம் வள நுகர்வு மற்றும் கழிவுகளை குறைப்பது பற்றிய தரவை நிர்வாகத்திற்கு வழங்கும். இந்த தணிக்கையானது CSR பணியாளர்கள் மற்றும் CSR நடவடிக்கைகளை திட்டமிடுவதற்கும் செயல்படுத்துவதற்கும் பணியமர்த்தப்பட்ட NGO வின் பயிற்சி தேவை மற்றும் மேலாண்மை ஆகியவற்றை உள்ளடக்கும்.

v) தரவு மேலாண்மை

தணிக்கையானது தரவு மேலாண்மை அமைப்பு மற்றும் பங்குதாரர்கள் மற்றும் பயனாளிகளுடனான தொடர்பு அமைப்பு ஆகியவற்றின் போதுமான தன்மையை உள்ளடக்கும்.



vi) பங்குதாரர் ஈடுபாடு

ஒரு நிறுவனம் தனது சொந்த நலனுக்காக திட்டமிடாமல், அதன் பங்குதாரர்களாக இருக்கும் சமூகங்களின் நலனுக்காக திட்டமிடும் ஒரே செயல்பாடு CSR திட்டங்கள் ஆகும். எனவே, பங்குதாரர் ஈடுபாடு திட்டமிடுதல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் அறிக்கையிடல் ஆகியவற்றின் மிக முக்கியமான அம்சமாகிறது. பொருத்தமான ஈடுபாடு இல்லாமல், CSR திட்டங்களை செயல்படுத்துவதன் நோக்கம் சிதைந்து, பங்குதாரர்களுக்குப் பதிலாக நிறுவனத்திற்குப் பயனளிக்கும் என்று உணரப்படுகிறது.

III. திட்ட அறிக்கையின்படி முடிவுகளின் தணிக்கை

சமூக தாக்க மதிப்பீடு என்பது அடிப்படையில் சமூகத்திற்காக நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் சமூக மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின் தரமான தாக்கத்தை மதிப்பீடு செய்வதாகும். மதிப்பீட்டில் செயல்பாடுகளை நோக்கமாகக் கொண்ட மக்களின் விழிப்புணர்வு மற்றும் உணர்வின் மதிப்பீடு அடங்கும். மதிப்பீடு பொருளாதார அம்சம் அல்லது சமூக கலாச்சார அம்சம் அல்லது இரண்டு அம்சங்களிலும் இருக்கலாம். சமூக மேம்பாட்டு (சிடி) செயல்பாடுகளின் செயல்திறனைப் பொறுத்து இந்த தாக்கம் மாறுபடும்

மேற்கொள்ளப்பட்டது.

சமூகத் தாக்க மதிப்பீடு, அவர்களுக்காகச் செயல்படுத்தப்பட்ட CSR-CD செயல்பாடுகளால் சமூக மக்கள் எந்த அளவுக்குப் பயனடைந்துள்ளனர் என்பதையும், CSR-CD

செயல்பாடுகள் சமூகங்களின் கல்வி/ சுகாதாரம்/ பொருளாதார நிலையில் விரும்பிய மாற்றங்களைக் கொண்டுவர முடிந்ததா என்பதையும் கண்டறிய உதவும். .

தணிக்கை பின்வரும் விளைவுகளின் மதிப்பீட்டை உள்ளடக்கும்:

i) குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால

சமூக/கலாச்சார/பொருளாதார தாக்கங்கள்CSR-CD சமூகத்தின் மீதான நடவடிக்கைகள்.

ii) சமூகத்தின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப, CSR தணிக்கை தொடர்பாக தற்போதுள்ள திட்டங்கள்/செயல்பாடுகளின் செயல்திறன்.

iii) மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துவதில் CSR-CD செயல்பாடுகளின் பங்களிப்பு.

செயல்படுத்தப்படும் திட்டங்களின் குறிக்கோள்கள் மற்றும் முடிவுகளை பகுப்பாய்வு செய்ய இது உதவும், இதன் மூலம் தற்போதைய திட்டங்கள் சமூகங்களின் தேவைகளுக்கு இணங்குவதை உறுதிப்படுத்துகிறது

**CSR மதிப்பீடுகள்**

CSR மதிப்பீடு என்பது ஒரு நிறுவனம் தனது வணிகத்தில் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பை (CSR) எவ்வளவு சிறப்பாக ஒருங்கிணைத்துள்ளது என்பதை மதிப்பிடுவதாகும். CSR என்பது ஒரு வணிக மாதிரியாகும், இது நிறுவனங்கள் தங்கள் விநியோகச் சங்கிலிகளில் சுற்றுச்சூழல், சமூக மற்றும் நெறிமுறை சிக்கல்களைக் கருத்தில் கொள்ள ஊக்குவிக்கிறது.

## CSR விருது

கார்ப்பரேட் விவகார அமைச்சகம், கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு (CSR) துறையில் உள்ள நிறுவன முயற்சிகளை உள்ளடக்கிய வளர்ச்சி மற்றும் உள்ளடக்கிய மற்றும் நிலையான வளர்ச்சியை அடைய தேசிய CSR விருதுகளை நிறுவியுள்ளது. CSR தணிக்கையின் நன்மைகள்:

- விநியோகச் சங்கிலி நடைமுறைகள் மற்றும் சாத்தியமான இணக்க அபாயங்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வு
- தகவலறிந்த முடிவெடுப்பதற்கான முக்கியமான தரவு
- சப்ளையர்களிடையே வேலை நிலைமைகளை மேம்படுத்துவதற்கான வாய்ப்பு
- சமூகப் பொறுப்பு மற்றும் வெளிப்படைத் தன்மைக்கான புகழ்

ஒரு நிறுவனத்தில் CSR கொள்கையைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் பெறப்பட்ட பல நன்மைகள் உள்ளன. CSR கொள்கையானது வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகத்துடனான அணுகுமுறைகள் மற்றும் உணர்வுகளை பாதிக்கும் முறையை வழங்குகிறது. இடர்களை நிர்வகிப்பதற்கு நிறுவனங்கள் மீது அழுத்தம் அதிகரித்து வருகிறது (BP எண்ணெய் கசிவு பேரழிவு ஒரு உதாரணம்) மற்றும் CSR மதிப்பீட்டின் போது மேற்கொள்ளப்படும் விசாரணைகள், ஆபத்து பகுதிகளை அடையாளம் காண உதவுகின்றன. பெரும்பாலான மக்கள் அதே மதிப்புகளைக் கொண்ட நிறுவனத்தில் வேலை செய்ய

விரும்புகிறார்கள்

அவர்களின் சொந்தமாக, CSR ஐ மேம்படுத்துவது வேலைகளுக்கான விண்ணப்பதாரர்களின் சிறந்த தரத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

மேலும், CSR உத்தியைப் பயன்படுத்தாத நிறுவனங்களைக் காட்டிலும், CSR விண்ணப்பிக்கும் நிறுவனங்களின் மிகப் பெரிய சதவீதம் இந்தக் காலத்திலிருந்து இன்னும் உள்ளது என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

### சமூக பொறுப்புணர்வு 8000 (SA8000)

SA8000 தரநிலை என்பது தணிக்கை செய்யக்கூடிய சான்றிதழ் தரமாகும், இது பணியிடத்தில் சமூக ரீதியாக ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய நடைமுறைகளை உருவாக்க, பராமரிக்க மற்றும் பயன்படுத்த நிறுவனங்களை ஊக்குவிக்கிறது. இது 1989 ஆம் ஆண்டில் சமூக பொறுப்புணர்வு சர்வதேசத்தால் உருவாக்கப்பட்டது, முன்பு பொருளாதார முன்னுரிமைகள் கவுன்சில், தொழிற்சங்கங்கள், தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனங்கள், சிவில் சமூக அமைப்புகள் மற்றும் நிறுவனங்கள் அடங்கிய ஆலோசனைக் குழுவால் உருவாக்கப்பட்டது.

SA8000 இன் அளவுகோல்கள் பல்வேறு தொழில்துறை மற்றும் கார்ப்பரேட் குறியீடுகளிலிருந்து சமூக நலன் இணக்கத்திற்கான பொதுவான தரநிலையை உருவாக்க உருவாக்கப்பட்டது. தரநிலையின் தற்போதைய (2014) பதிப்பு முந்தைய 2001, 2004 மற்றும் 2008 பதிப்புகளில் கட்டமைக்கப்பட்டுள்ளது.

## சான்றிதழ்

SA8000 சான்றிதழ் என்பது ISO தரநிலைகளை மாதிரியாகக் கொண்ட ஒரு மேலாண்மை அமைப்பு தரநிலையாகும். சான்றிதழைப் பெறவும் பராமரிக்கவும் விரும்பும் வசதிகள் தரநிலைக்கு எளிமையான இணக்கத்திற்கு அப்பால் செல்ல வேண்டும் என்று நிபந்தனைகள் தேவை. வருங்கால வசதிகள் அதை தங்கள் மேலாண்மை நடைமுறைகளுடன் ஒருங்கிணைத்து தரநிலையுடன் தொடர்ந்து இணக்கத்தை நிரூபிக்க வேண்டும். SA8000 சர்வதேச தொழிலாளர் அமைப்பு மரபுகள், ஐக்கிய நாடுகளின் குழந்தை உரிமைகள் மாநாடு மற்றும் மனித உரிமைகள் உலகளாவிய பிரகடனம் ஆகியவற்றில் விவரிக்கப்பட்டுள்ள சர்வதேச மனித உரிமைகள் விதிமுறைகளின் கொள்கைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இது பணியிடத்தில் சமூகப் பொறுப்புணர்வுக்கு முக்கியமான எட்டுப் பகுதிகளில் நிறுவனங்களின் செயல்திறனை அளவிடுகிறது: குழந்தைத் தொழிலாளர், கட்டாயத் தொழிலாளர், சுகாதாரம் மற்றும் பாதுகாப்பு, இலவச சங்கம் மற்றும் கூட்டு பேரம் பேசுதல், பாகுபாடு, ஒழுங்கு நடைமுறைகள், வேலை நேரம் மற்றும் இழப்பீடு.

## செயல்திறன் நெறிமுறையை

சமூக பொறுப்புணர்வு சர்வதேச இணையதளத்தில் கோடிட்டுக் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, எட்டு செயல்திறன் அளவுகோல்களுடன் இணங்க வேண்டும்.

குழந்தைத் தொழிலாளர்: குழந்தைத் தொழிலாளர்களின் பயன்பாடு அல்லது ஆதரவு இல்லை; சூழ்நிலையில் வேலை செய்யும் குழந்தைகளை சரிசெய்வதற்கான கொள்கைகள் மற்றும் எழுதப்பட்ட நடைமுறைகள்; அத்தகைய குழந்தைகள் பள்ளிக்குச் செல்வதற்கு போதுமான நிதி மற்றும் பிற ஆதரவை வழங்குதல்; மற்றும் நிபந்தனைக்குட்பட்ட இளம் தொழிலாளர்களின் வேலைவாய்ப்பு.

கட்டாய மற்றும் கட்டாய உழைப்பு: கட்டாய அல்லது கட்டாய உழைப்புக்கு பயன்பாடு அல்லது ஆதரவு இல்லை; தேவையான 'வைப்புகள்' இல்லை - நிதி அல்லது வேறு; பணியாளர்களை பணியைத் தொடர கட்டாயப்படுத்த சம்பளம், சலுகைகள், சொத்து அல்லது ஆவணங்களை நிறுத்தி வைக்கவில்லை; வேலை நாளுக்குப் பிறகு வளாகத்தை விட்டு வெளியேற பணியாளர்களின் உரிமை; பணியாளர்கள் தங்கள் வேலையை நிறுத்த இலவசம்; மனித கடத்தலுக்கு எந்த பயனும் இல்லை அல்லது ஆதரவும் இல்லை.

உடல்நலம் மற்றும் பாதுகாப்பு: பாதுகாப்பான மற்றும் ஆரோக்கியமான பணியிடத்தை வழங்குதல்; சாத்தியமான தொழில் விபத்துகளைத் தடுக்கவும்; OSH ஐ உறுதிப்படுத்த மூத்த

மேலாளரை நியமிக்கவும்; அனைத்து பணியாளர்களுக்கும் OSH பற்றிய அறிவுறுத்தல்; அபாயங்களைக் கண்டறிதல், தவிர்க்க, பதிலளிக்கும் அமைப்பு; அனைத்து விபத்துகளையும் பதிவு செய்யுங்கள்; வேலை தொடர்பான காயம் ஏற்பட்டால் தனிப்பட்ட பாதுகாப்பு உபகரணங்கள் மற்றும் மருத்துவ கவனிப்பை வழங்குதல்; புதிய மற்றும் எதிர்பார்க்கும் தாய்மார்களுக்கு ஏற்படும் அபாயங்களை நீக்குதல், குறைத்தல்; சுகாதாரம்-கழிப்பறை, குடிநீர், சுகாதார உணவு சேமிப்பு; ஒழுக்கமான தங்குமிடங்கள்- சுத்தமான, பாதுகாப்பான, அடிப்படைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்தல்; மற்றும் உடனடி ஆபத்தில் இருந்து அகற்றும் தொழிலாளியின் உரிமை.

சங்கத்தின் சுதந்திரம் மற்றும் கூட்டு பேரம் பேசுவதற்கான உரிமை: தொழிற்சங்கங்களை உருவாக்குவதற்கும் சேருவதற்கும் கூட்டாக பேரம் பேசுவதற்கும் உள்ள உரிமையை மதிக்கவும். அனைத்து பணியாளர்களும் சுதந்திரமாக உள்ளனர்: அவர்கள் விரும்பும் தொழிற்சங்கங்களை ஒழுங்கமைக்கவும்; மற்றும் அவர்களின் முதலாளியுடன் கூட்டாக பேரம் பேசுங்கள். ஒரு நிறுவனம்: தொழிற்சங்கங்களை ஒழுங்கமைப்பதற்கும் கூட்டாக பேரம் பேசுவதற்கும் உரிமையை மதிக்க வேண்டும்; தொழிலாளர் அமைப்புகள் அல்லது கூட்டு பேரம் பேசுவதில் தலையிட வேண்டாம்; இந்த உரிமைகள் மற்றும் பழிவாங்கலில் இருந்து சுதந்திரம் பற்றி பணியாளர்களுக்கு தெரிவிக்கவும்; சட்டம் உரிமைகளை கட்டுப்படுத்தும் இடத்தில், தொழிலாளர்கள் சுதந்திரமாக பிரதிநிதிகளை தேர்ந்தெடுக்க அனுமதிக்கிறார்கள்;

தொழிலாளர் அமைப்புகளில் ஈடுபட்டுள்ள பணியாளர்களுக்கு எதிராக எந்த பாகுபாடும் இல்லை என்பதை உறுதிப்படுத்துதல்; மற்றும் பணியிடத்தில் தொழிலாளர்களுக்கு பிரதிநிதிகள் அணுகலை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

பாகுபாடு: இனம், தேசிய அல்லது சமூக தோற்றம், சாதி, பிறப்பு, மதம், இயலாமை, பாலினம், பாலியல் நோக்குநிலை, தொழிற்சங்க உறுப்பினர் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பாகுபாடு இல்லை

அரசியல் கருத்துக்கள் மற்றும் வயது. பணியமர்த்தல், ஊதியம், பயிற்சிக்கான அணுகல், பதவி உயர்வு, பணிநீக்கம் மற்றும் ஓய்வு பெறுதல் ஆகியவற்றில் பாரபட்சம் இல்லை. பணியாளர் கோட்பாடுகள் அல்லது நடைமுறைகளை செயல்படுத்துவதில் குறுக்கீடு இல்லை; பணியிடத்தில் அல்லது நிறுவன வசதிகளில் அச்சுறுத்தல், தவறான, சுரண்டல், கட்டாய நடத்தை தடை; எந்த சூழ்நிலையிலும் கர்ப்பம் அல்லது கன்னித்தன்மை சோதனைகள் இல்லை.

ஒழுங்கு நடைமுறைகள்: அனைத்து பணியாளர்களையும் கண்ணியத்துடனும் மரியாதையுடனும் நடத்துங்கள்; உடல் ரீதியான தண்டனை, பணியாளர்களின் மன அல்லது உடல் ரீதியான துஷ்பிரயோகத்தை பூஜ்ஜிய சகிப்புத்தன்மை; கடுமையான அல்லது மனிதாபிமானமற்ற சிகிச்சை இல்லை.

வேலை நேரம்: சட்டங்கள் மற்றும் தொழில் தரங்களுடன் இணங்குதல்; சாதாரண வேலை வாரம், கூடுதல் நேரம் உட்பட,

48 மணிநேரத்திற்கு மிகாமல் இருக்க வேண்டும்; சில



விதிவிலக்குகளுடன், ஒவ்வொரு 6 தொடர்ச்சியான வேலை நாட்களைத் தொடர்ந்து 1 நாள் விடுமுறை; கூடுதல் நேரம் தன்னார்வமானது, வழக்கமானது அல்ல, வாரத்திற்கு 12 மணிநேரத்திற்கு மேல் இல்லை; சிபிஏவில் பேச்சுவார்த்தை நடத்தினால் மட்டுமே கூடுதல் நேரம் தேவை.

ஊதியம்: வாழ்க்கை ஊதியத்திற்கான பணியாளர்களின் உரிமையை மதிக்கவும்; அனைத்து தொழிலாளர்களும் குறைந்தபட்சம் சட்டப்பூர்வ குறைந்தபட்ச ஊதியத்தை வழங்கினர்; அடிப்படைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கும் விருப்பமான வருமானத்தை வழங்குவதற்கும் போதுமான ஊதியம்; விலக்குகள், சில விதிவிலக்குகளுடன், ஒழுங்கு நோக்கங்களுக்காக அல்ல; தொழிலாளர்களுக்குத் தெளிவாகத் தெரிவிக்கப்படும் ஊதியங்கள் மற்றும் சலுகைகள்; வசதியான முறையில் செலுத்தப்பட்டது - பணம் அல்லது காசோலை படிவம்; பிரீமியம் விகிதத்தில் கூடுதல் நேரம் செலுத்தப்படுகிறது; தொழிலாளர்களுக்கு மட்டுமேயான ஒப்பந்தம், குறுகிய கால ஒப்பந்தங்கள், பணியாளர்களுக்கான சட்டப்பூர்வ கடமைகளைத் தவிர்ப்பதற்காக தவறான பயிற்சித் திட்டங்கள் ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்துவதைத் தடைசெய்தது.

சமூக பொறுப்புணர்வு அங்கீகார சேவைகளால் (SAAS) அங்கீகாரம் பெற்ற மற்றும் மேற்பார்வையிடப்படும் சுயாதீன சான்றிதழ் அமைப்புகளால் சான்றிதழ் வழங்கப்படுகிறது. உலகளவில் 23 அங்கீகாரம் பெற்ற சான்றிதழ் அமைப்புகள் உள்ளன.

## இந்திய அமைப்பு தரநிலைப்படுத்தல்

உலகெங்கிலும் உள்ள நிறுவனங்கள் மற்றும் அவற்றின் பங்குதாரர்கள், சமூகப் பொறுப்புள்ள நடத்தையின் தேவை மற்றும் நன்மைகள் குறித்து அதிகளவில் அறிந்து வருகின்றனர். சமூகப் பொறுப்பின் நோக்கம் நிலையான வளர்ச்சிக்கு பங்களிப்பதாகும்.

அது செயல்படும் சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலில் அதன் தாக்கம் தொடர்பாக ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறன் அதன் ஒட்டுமொத்த செயல்திறன் மற்றும் தொடர்ந்து செயல்படும் திறனை அளவிடுவதில் ஒரு முக்கிய பகுதியாக மாறியுள்ளது.

திறம்பட. இது ஒரு பகுதியாக, ஆரோக்கியமான சுற்றுச்சூழல் அமைப்புகள், சமூக சமத்துவம் மற்றும் நல்ல நிறுவன நிர்வாகத்தை உறுதி செய்வதற்கான தேவையின் வளர்ந்து வரும் அங்கீகாரத்தின் பிரதிபலிப்பாகும். நீண்ட காலமாக, அனைத்து நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளும் உலகின் சுற்றுச்சூழல் அமைப்புகளின் ஆரோக்கியத்தைப் பொறுத்தது. நிறுவனங்கள் அவற்றின் பல்வேறு பங்குதாரர்களால் அதிக ஆய்வுக்கு உட்படுத்தப்படுகின்றன. சமூகப் பொறுப்பில் ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனின் கருத்து மற்றும் யதார்த்தம் மற்றவற்றுடன் செல்வாக்கு செலுத்தலாம்:

- அதன் போட்டி நன்மை;
- அதன் புகழ்;
- தொழிலாளர்கள் அல்லது உறுப்பினர்கள், வாடிக்கையாளர்கள்,

வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது பயனர்களை ஈர்க்கும் மற்றும் தக்கவைத்துக்கொள்ளும் திறன்;

- ஊழியர்களின் மன உறுதி, அர்ப்பணிப்பு மற்றும் உற்பத்தித்திறனை பராமரித்தல்;
- முதலீட்டாளர்கள், உரிமையாளர்கள், நன்கொடையாளர்கள், ஸ்பான்சர்கள் மற்றும் நிதி சமூகத்தின் பார்வை; மற்றும்
- நிறுவனங்கள், அரசாங்கங்கள், ஊடகங்கள், சப்ளையர்கள், சகாக்கள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் அது செயல்படும் சமூகத்துடனான அதன் உறவு.

இந்த சர்வதேச தரநிலையானது சமூகப் பொறுப்பின் அடிப்படைக் கொள்கைகள், சமூகப் பொறுப்பை அங்கீகரித்தல் மற்றும் பங்குதாரர்களை ஈடுபடுத்துதல், முக்கிய பாடங்கள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பு தொடர்பான பிரச்சினைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பான நடத்தையை நிறுவனத்தில் ஒருங்கிணைப்பதற்கான வழிகள் பற்றிய வழிகாட்டுதலை வழங்குகிறது. இந்த சர்வதேச தரநிலையானது, சமூகப் பொறுப்பின் செயல்திறனில் முடிவுகளின் முக்கியத்துவத்தையும் மேம்பாடுகளையும் வலியுறுத்துகிறது.

இந்த சர்வதேச தரநிலையானது தனியார், பொது மற்றும் இலாப நோக்கற்ற துறைகளில் உள்ள அனைத்து வகையான நிறுவனங்களுக்கும் பயனுள்ளதாக இருக்கும், பெரியது அல்லது சிறியது, மற்றும் வளர்ந்த அல்லது வளரும் நாடுகளில் இயங்குகிறது. இந்த சர்வதேச தரத்தின் அனைத்து பகுதிகளும் அனைத்து வகையான நிறுவனங்களுக்கும் சமமாக பயன்படாது என்றாலும், அனைத்து முக்கிய சிக்கல்களும் ஒவ்வொரு

நிறுவனத்திற்கும் பொருத்தமானவை. எந்தெந்த பிரச்சனைகள் பொருத்தமானவை மற்றும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை என்பதை அடையாளம் காண்பது ஒரு தனிப்பட்ட நிறுவனத்தின் பொறுப்பாகும்.

மற்ற நிறுவனங்களைப் போலவே, அரசாங்க அமைப்புகளும் இந்த சர்வதேச தரத்தைப் பயன்படுத்த விரும்பலாம். இருப்பினும், இது அரசின் கடமைகளை மாற்றவோ, மாற்றவோ அல்லது எந்த வகையிலும் மாற்றவோ நோக்கமாக இல்லை.

இந்த சர்வதேச தரத்தைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் சமூக பொறுப்புணர்வுடன் இருக்க ஊக்குவிக்கப்படுகிறது.

நிறுவனங்கள் சமூகப் பொறுப்பைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் ஒருங்கிணைப்பதற்கும் பல்வேறு கட்டங்களில் உள்ளன என்பதை உணர்ந்து, இந்த சர்வதேச தரநிலையானது சமூகப் பொறுப்பை நிவர்த்தி செய்யத் தொடங்குபவர்கள் மற்றும் அதைச் செயல்படுத்துவதில் அதிக அனுபவம் உள்ளவர்கள் பயன்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. தொடக்கநிலையாளர் இந்த சர்வதேச தரநிலையை சமூகப் பொறுப்பில் முதன்மையாகப் படித்துப் பயன்படுத்துவது பயனுள்ளதாக இருக்கும், அதே சமயம் அனுபவம் வாய்ந்த பயனர் ஏற்கனவே உள்ள நடைமுறைகளை மேம்படுத்தவும், சமூகப் பொறுப்பை நிறுவனத்தில் மேலும் ஒருங்கிணைக்கவும் இதைப் பயன்படுத்த விரும்பலாம்.

இந்த சர்வதேச தரநிலையானது பயனர்களுக்கு வழிகாட்டுதலை வழங்குகிறது மற்றும் சான்றிதழ் நோக்கங்களுக்காக நோக்கம் அல்லது பொருத்தமானது அல்ல. சான்றளிக்க எந்த சலுகையும் ISO 26000 அல்லது சான்றளிக்கப்பட்ட ஏதேனும் கோரிக்கை ISO 26000 இந்த சர்வதேச தரத்தின் நோக்கம் மற்றும் நோக்கத்தை தவறாக சித்தரிப்பதாக இருக்கும்.

ISO (தரநிலைப்படுத்தலுக்கான சர்வதேச அமைப்பு) என்பது தேசிய தரநிலை அமைப்புகளின் (ISO உறுப்பு அமைப்புகள்) உலகளாவிய கூட்டமைப்பு ஆகும். சர்வதேச தரநிலைகளைத் தயாரிக்கும் பணி பொதுவாக ஐஎஸ்ஓ தொழில்நுட்பக் குழுக்களின் மூலம் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஒரு தொழில்நுட்பக் குழு நிறுவப்பட்ட பாடத்தில் ஆர்வமுள்ள ஒவ்வொரு உறுப்பினர் அமைப்புக்கும் அந்தக் குழுவில் பிரதிநிதித்துவம் செய்ய உரிமை உண்டு. சர்வதேச அமைப்புக்கள், அரசு மற்றும் அரசு சாரா நிறுவனங்களும், ISO உடன் இணைந்து, பணியில் பங்கேற்கின்றன. ஐஎஸ்ஓ அனைத்து எலக்ட்ரோடெக்னிக்கல் தரநிலைப்படுத்தல் விஷயங்களிலும் சர்வதேச எலக்ட்ரோடெக்னிகல் கமிஷனுடன் (ஐஇசி) நெருக்கமாக ஒத்துழைக்கிறது.

ISO/IEC வழிகாட்டுதல்கள், பகுதி 2 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ள விதிகளின்படி சர்வதேச தரநிலைகள் வரைவு செய்யப்படுகின்றன.

தொழில்நுட்பக் குழுக்களின் முக்கிய பணி சர்வதேச

தரங்களை தயாரிப்பதாகும். தொழில்நுட்பக் குழுக்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட சர்வதேச தரநிலைகள் வரைவு அவை உறுப்பினர் அமைப்புகளுக்கு வாக்களிப்பதற்காக அனுப்பப்படுகின்றன. சர்வதேச தரநிலையாக வெளியிடுவதற்கு குறைந்தபட்சம் 75% உறுப்பினர் அமைப்புகளின் ஒப்புதல் தேவை.

இந்த ஆவணத்தின் சில கூறுகள் காப்புரிமை உரிமைகளுக்கு உட்பட்டதாக இருக்கும் சாத்தியம் குறித்து கவனம் செலுத்தப்படுகிறது. அத்தகைய காப்புரிமை உரிமைகளை அடையாளம் காண்பதற்கு ISO பொறுப்பேற்காது.

ISO 26000 சமூகப் பொறுப்பு குறித்த ISO/TMB பணிக்குழுவால் தயாரிக்கப்பட்டது.

இந்த சர்வதேச தரநிலையானது சமூகப் பொறுப்பின் பல்வேறு அம்சங்களில் ஈடுபட்டுள்ள 90 க்கும் மேற்பட்ட நாடுகள் மற்றும் 40 சர்வதேச அல்லது பரந்த அடிப்படையிலான பிராந்திய அமைப்புகளைச் சேர்ந்த நிபுணர்களை உள்ளடக்கிய பல-பங்குதாரர் அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்தி உருவாக்கப்பட்டது. இந்த வல்லுநர்கள் வெவ்வேறு பங்குதாரர் குழுக்களைச் சேர்ந்தவர்கள்: நுகர்வோர்; அரசாங்கம்; தொழில்; தொழிலாளர்; அரசு சாரா நிறுவனங்கள் (என்ஜிஓக்கள்); மற்றும் சேவை, ஆதரவு, ஆராய்ச்சி, கல்வியாளர்கள் மற்றும் பிற.

கூடுதலாக, வளரும் மற்றும் வளர்ந்த நாடுகளுக்கு இடையே சமநிலையை அடைவதற்கும், குழுக்களை

உருவாக்குவதில் பாலின சமநிலையை அடைவதற்கும் குறிப்பிட்ட ஏற்பாடு செய்யப்பட்டது. அனைத்து பங்குதாரர் குழுக்களின் சமநிலையான பங்கேற்பை உறுதி செய்வதற்கான முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டாலும், பங்குதாரர்களின் முழுமையான மற்றும் சமமான சமநிலை வளங்களின் இருப்பு மற்றும் மொழித் திறன்களின் தேவை உள்ளிட்ட பல்வேறு காரணிகளால் கட்டுப்படுத்தப்பட்டது.

### ஜிஎஸ்டி கூறு

தொடர்புடைய ஜிஎஸ்டி விதிகள்

ஜிஎஸ்டி ஆட்சியின் கீழ், சிஜிஎஸ்டி சட்டம், 2017 இன் பிரிவு 7 'சப்ளை' என்ற சொல்லை விரிவாக வரையறுக்கிறது. விற்பனை, பண்டமாற்று, போக்கில் பரிசீலிக்க அல்லது வணிகத்தின் முன்னேற்றம் போன்ற அனைத்து வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விநியோகம் இதில் அடங்கும்.

மேலும், சட்டத்தின் பிரிவு 2, 'சேவை' என்பது பொருட்கள், பணம் மற்றும் பத்திரங்களைத் தவிர வேறு எதையும் உள்ளடக்கியது மற்றும் அதில் உள்ளடங்கிய பங்கையும் கொண்டுள்ளது. 'பரிசீலனை' என்ற சொல்லானது பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வழங்குவதற்கான பதில், மரியாதை அல்லது தூண்டுதலின் எந்தவொரு செயலின் பண மதிப்பையும் உள்ளடக்கியது என்றும் அது கூறுகிறது.

உள்ளீட்டு வரிக் கடன் (ITC) கிடைப்பதைப் பொறுத்தவரை, சட்டத்தின் பிரிவு 17, இலவசமாக விநியோகிக்கப்படும் பொருட்களுக்கு ITC கிடைப்பதை மறுக்கிறது. இருப்பினும், இலவசமாக வழங்கப்படும் சேவைகளுக்கு அத்தகைய ஏற்பாடு இல்லை.

பொதுவாக, CSR நடவடிக்கைகள் வணிகத்தின் முன்னேற்றத்தின் தன்மையில் கருதப்படுவதில்லை, எனவே, CSR இன் கீழ் பொருட்களை இலவசமாக விநியோகிக்க ஐ.டி.சி.

### **கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பில் ஜிஎஸ்டி தாக்கம்**

நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் விதிகள் ஒரு குறிப்பிட்ட வகை நிறுவனங்களுக்கு கட்டாய கார்ப்பரேட் சமூக செலவினங்களைக் கட்டாயமாக்குகிறது. தற்போது, உலகம் முழுவதும் கோவிட்-19 தொற்றுநோய் பரவி வரும் நிலையில், நிறுவனங்கள் தங்கள் நிறுவன சமூகப் பொறுப்புணர்வு நடவடிக்கைகளை முறையாக வழங்குகின்றன. இருப்பினும், கிடைப்பது உள்ளீட்டு வரி வரவுகார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பு நடவடிக்கை முரண்பட்ட பிரச்சினையாக உள்ளது.

### **கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் கவரேஜ்**

நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் பிரிவு 135(5) இன் விதிகளின்படி, கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய பின்வரும் நிறுவனங்கள் கட்டாயமாகத் தேவைப்படுகின்றன-



- 500 கோடி அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிகர மதிப்புள்ள நிறுவனம்; அல்லது
- INR 1,000 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் விற்றுமுதல் கொண்ட நிறுவனம்; அல்லது
- 5 கோடி அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிகர லாபம் கொண்ட நிறுவனம்.

மேலே உள்ள நிபந்தனைகளை பூர்த்தி செய்யும் நிறுவனம், ஒவ்வொரு நிதியாண்டிலும், அதன் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கையின்படி, உடனடியாக முந்தைய மூன்று நிதியாண்டுகளில் ஈட்டிய சராசரி நிகர லாபத்தில் குறைந்தபட்சம் 2% செலவழிக்க வேண்டும்.

நிறுவனங்கள் சட்டம், 2013 இன் அட்டவணை VII, கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கையில் சேர்க்கப்படக்கூடிய செயல்பாடுகளின் பட்டியலை உள்ளடக்கியது. அவற்றில் சில கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன-

- தடுப்பு சுகாதார பராமரிப்பு மற்றும் சுகாதாரம் உள்ளிட்ட சுகாதாரப் பாதுகாப்பை மேம்படுத்துதல் (தற்போதைய COVID-19 தொற்றுநோய்களின் போது மிகவும் பொருத்தமானது).
- கல்வியை ஊக்குவித்தல்.
- பிரதமரின் தேசிய நிவாரண நிதி அல்லது மத்திய அரசால் அமைக்கப்படும் வேறு ஏதேனும் நிதிக்கு பங்களிப்பு.
- பாலின சமத்துவத்தை ஊக்குவித்தல்.

## ‘கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை பகுப்பாய்வு செய்தல்

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பிற்கு இணங்க, நிறுவனம் இலவச விநியோகத்திற்காக பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்கும். சரக்குகள் மற்றும் சேவை வரியின் பரந்த கவரேஜ் கொடுக்கப்பட்டால், நிறுவனத்தால் வாங்கப்படும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் பொதுவாக சரக்கு மற்றும் சேவை வரி கூறுகளை உள்ளடக்கியதாக இருக்கும்.

சரக்குகள் மற்றும் சேவை வரியின் உள்ளீட்டு வரிக் கடன் கிடைப்பது/தகுதியானது, நிறுவனத்தால் வாங்கப்பட்ட/பெறப்பட்ட பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் மீது விதிக்கப்பட்டவை பின்வரும் இரண்டு விதிகளின் கீழ் கையாளப்படுகின்றன-

1. மத்திய சரக்கு மற்றும் சேவை வரி சட்டம், 2017ன் பிரிவு 16(1); மற்றும்
  2. மத்திய சரக்கு மற்றும் சேவை வரி சட்டம், 2017 இன் பிரிவு 17(5).
- மத்திய சரக்கு மற்றும் சேவை வரிச் சட்டம், 2017 இன் பிரிவு 16(1) உள்ளீட்டு வரிக் கடன் பெறுவதற்கு/ பெறுவதற்கான தகுதி மற்றும் நிபந்தனைகளைக் கையாள்கிறது. கூறப்பட்ட பிரிவின்படி, பதிவுசெய்யப்பட்ட ஒவ்வொரு நபரும் எந்தவொரு சரக்குகள் அல்லது சேவைகள் அல்லது இரண்டின் மீதும் விதிக்கப்படும் உள்ளீட்டு வரிக் கிரெடிட்டைப் பெறுவதற்கு உரிமையுடையவர்.
  - நட-ஷெல்லில், பாடத்தின் போது அல்லது முன்னேற்றத்தின் போது பயன்படுத்தப்படும் ஏதேனும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள்

வணிகம் உள்ளீட்டு வரிக் கடன் பெற தகுதியுடையதாக இருக்கும். பாடத்தில் பயன்படுத்தப்படும் சொல் அல்லது வணிகத்தின் முன்னேற்றம்' விரிவான கவரேஜ் மற்றும் இயற்கையாகவே, நிறைய உள்ளீட்டு வரிக் கடன் கிடைக்கிறது, அதையே அடிப்படையாக எடுத்துக் கொள்கிறது.

- மேலே பார்த்தபடி, குறிப்பிட்ட நிறுவனங்கள் கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்புடன் கண்டிப்பாக இணங்க வேண்டும். அதன்படி, கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பை மேற்கொள்ளும் போது ஏற்படும் எந்தச் செலவும் வணிகத்தின் போக்கில் அல்லது முன்னேற்றத்தில் ஏற்படும் என்று எளிதாக முடிவு செய்யலாம். எனவே, நிறுவனம் உள்ளீட்டு வரிக் கடன் பெற தகுதியுடையதாக இருக்கும்.
- மத்திய சர்க்கு மற்றும் சேவை வரிச் சட்டம், 2017 இன் பிரிவு 17(5) உள்ளீட்டு வரிக் கடன் கிடைக்காத பொருட்களின் பட்டியலை உள்ளடக்கியது. கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் பின்னணியில் பிரிவு 17(5) இன் விதிகளைக் குறிப்பிடுகையில், உள்ளீட்டு வரிக் கடன் மறுக்கப்படும் துணைப் பிரிவு மட்டுமே துணைப் பிரிவு (h), இது இலவச மாதிரியை உள்ளடக்கியது, அதாவது இலவச விநியோகம் மாதிரி / பொருட்கள்.
- இருப்பினும், பிரிவு 17(5)(h) இன் விதிகள் விதிக்கின்றன என்பதைக் குறிப்பிடுவது சுவாரஸ்யமானது பொருட்கள் மீதான கட்டுப்பாடுகள் மட்டுமே, மேலும் இது இலவச சேவை வழங்கலை உள்ளடக்காது. நிறுவனத்தின் முக்கிய வணிகத்தின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாக CSR கருதப்பட்டால், வணிகத்தின் போட்டித்தன்மையை அதிகரிக்கவும், மனித வளங்களின் செயல்திறனை

அதிகரிக்கவும், பிராண்ட் இமேஜ் மற்றும் நற்பெயரை  
மேம்படுத்தவும், வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை  
வலுப்படுத்தவும் மற்றும் சமூகத்திற்கு செல்வத்தை  
உருவாக்குவதற்கான மதிப்பை அதிகரிக்கவும் முடியும்.