

## कॉर्पोरेट सोशल रस्पॉन्सबिलिटी

# कॉर्पोरेट सोशल रस्पॉन्सबिलिटी

### 1. खर्च में क्यों?

हाल ही में सरकार ने कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) पर एक सुसंगत नीति के लिये मौजूदा ढँच व गाइडलाइंस की समीक्षा तथा रोडमैप तैयार करने के लिये कॉर्पोरेट मामलों के मंत्रालय के सचिव, इजेती श्रीनिवास की अध्यक्षता में कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व-2018 को लेकर एक उच्चस्तरीय समिति का गठन किया है।

### 2. CSR क्या है?

- यह एक व्यापक अवधारणा है जिसके उद्योग व कंपनी के आधार पर कई रूप हो सकते हैं, इस कार्यक्रम के तहत व्यावसायिकों द्वारा अपने ब्रांड को बढ़ावा देने के साथ-साथ समाज को भी लाभान्वित करने की कोशिश की जाती है।
- यह व्यापारिक या औद्योगिक समूह की स्व-नियंत्रित पहल है जिसके अंतर्गत वे कानून सम्मत, नैतिक मानकों व अंतर्राष्ट्रीय रीति के अनुरूप कार्य करते हैं।
- CSR, समुदाय के साथ-साथ कंपनी के लिये भी समान रूप से महत्वपूर्ण है। ये गतिविधियाँ कंपनी और कर्मचारियों के बीच सामंजस्य स्थापित करने तथा आसपास की दुनिया से उनके लगाव को बढ़ाने में मददगार होती हैं।

### 3. भारत में CSR

- अप्रैल 2014 में कंपनी अधिनियम 2013 में संशोधन के बाद भारत कॉर्पोरेट सामाजिक जिम्मेदारी (CSR) को अनिवार्य बनाने वाला दुनिया का पहला देश बना।
- कंपनी अधिनियम, 2013 की धारा 135 के प्रावधानों के तहत कॉर्पोरेट सामाजिक जिम्मेदारी से संबंधित है।
- समावेशी विकास के माध्यम से उत्तरदायी और टिकाऊ विकास के दृष्टिकोण के साथ यह 1 अप्रैल, 2014 से प्रभावी हुआ।

### 4. CSR को लिये योग्य कंपनियों

किसी वित्तीय वर्ष के दौरान यदि कोई कंपनी निम्नलिखित शर्तों को पूरा करती है तो उसे CSR के लिये योग्य माना जाएगा और उसे एक कॉर्पोरेट सामाजिक दायित्व समिति का गठन करना होगा-

- कुल संपत्ति (Net worth) ₹5000 करोड़ या अधिक अथवा;
- उत्प्रेक्षनीय है कि नियंत्रक कंपनी (Holding company) व साहायक कंपनी (Subsidiary Company) सहित भारत में निर्गमित कोई कंपनी तथा विदेशी कंपनी जिसका भारत में शाखा कार्यालय या परियोजना कार्यालय हो और वह उपर्युक्त शर्तों को पूरा करती हो तो ऐसी कंपनियों CSR के दायरे में आती हैं।
- कारोबार (Turn over) ₹1000 करोड़ या अधिक अथवा;
- शुद्ध लाभ (Net Profit) ₹1 करोड़ या अधिक हो।
- CSR के दायरे में आनेवाली कंपनियों को तीन वर्ष के अंतर्गत वार्षिक शुद्ध लाभ का कम-से-कम 2 प्रतिशत CSR से जुड़ी गतिविधियों पर खर्च करना होता है।
- यह महत्वपूर्ण है कि कंपनियों द्वारा CSR निधि को केवल भारत में ही खर्च किया जाना चाहिये, न कि विदेशों में।

### 5. CSR गतिविधियाँ

CSR गतिविधियों को कंपनी अधिनियम, 2013 की अनुसूची VII के तहत कवर किया गया है। इसके अंतर्गत निम्नलिखित गतिविधियों को शामिल किया गया है-

- अत्यधिक गरीबी व भूख का उन्मूलन
- शिक्षा का प्रचार-प्रसार
- लिंग समानता को प्रोत्साहन व नारी सशक्तीकरण
- शिशु मृत्यु-दर कम करना व मातृ-स्वास्थ्य में सुधार

- पर्यावरणीय स्थिरता सुनिश्चित करना
- रोजगार बढ़ाने वाले व्यावसायिक कौशल
- सामाजिक व्यापार परियोजना
- प्रधानमंत्री राष्ट्रीय राहत कोष या अनुसूचित जाति/जनजाति, महिला, अल्पसंख्यक तथा अन्य पिछड़ा वर्ग के सामाजिक-आर्थिक विकास और राहत के लिये केंद्र या राज्य सरकार द्वारा गठित किसी कोष में योगदान।

### 6. CSR में शामिल नहीं की जाने वाली गतिविधियाँ

- वैसी गतिविधियाँ/परियोजनाएँ/कार्यक्रम जो केवल कंपनी के कर्मचारियों और उनके परिवारों को लाभ पहुँचाती हो, उन्हें इस अधिनियम की धारा 135 के अधीन कॉर्पोरेट सामाजिक दायित्व गतिविधियाँ नहीं माना जाता है।
- एक बार में संपन्न होने वाले आयोजनों यथा- मेराथनों/पुरस्कार/धार्मिक योगदान/विज्ञापन/सूचक कार्यक्रमों का प्रायोजन आदि CSR संबंधी खर्च के हिस्से नहीं होते।
- कंपनी द्वारा किसी अधिनियम/विनियमों के विधान (यथा- श्रमिक कानून, भूमि अधिग्रहण अधिनियम आदि) को पूरा करने के लिये किये गए खर्च को कंपनी अधिनियम के तहत CSR के रूप नहीं गिना जाता।
- किसी राजनीतिक दल को प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से दी गई किसी राशि के अंशदान को CSR गतिविधि के रूप में नहीं माना जाता।
- कंपनी द्वारा अपने सामान्य व्यवहार के परिचालन तथा भारत के बाहर परियोजनाएँ/कार्यक्रमों/गतिविधियों पर किये जाने वाले खर्च CSR में शामिल नहीं होते हैं।

### 7. सुनौतियाँ

- निम्न सहभागिता: CSR गतिविधियों में सामुदायिक भागीदारी की कमी है क्योंकि यह देखा गया है कि जब भी किसी कंपनी या संगठन द्वारा कोई पहल की जाती है, तो लाभ प्राप्त करने वाले समुदाय उसके प्रति कम रुचि दिखाते हैं। क्योंकि उनमें CSR के बारे में जागरूकता अथवा ज्ञान बहुत कम या न के बराबर होता है।
- कार्यकुशलता का अभाव: प्रभावी CSR तकनीक विकसित करने के लिये कई कंपनियों के पास कुशल मानव-शक्ति (Manpower) और तकनीकी जानकारी नहीं है। यह प्रभावी CSR नीतियों और रणनीतियों को विकसित करने के लिये एक आवश्यक तत्व है।
- कर्तव्यबोध का अभाव: कॉर्पोरेट क्षेत्र को यह समझना चाहिये कि CSR केवल एक अवधारणा मात्र नहीं है बल्कि सामाजिक पर्यावरणीय व अन्य कारकों के प्रति कर्तव्य निर्धारण का एक साधन भी है। इसलिये केवल व्यक्तिगत लाभ और प्रचार गतिविधियों को ही ध्यान में रखकर खर्च नहीं करना चाहिये, बल्कि CSR के दीर्घकालिक लाभों को भी ध्यान में रखा जाना चाहिये।
- नियमित समीक्षा का अभाव: वांछित परिणाम प्राप्त करने के लिये तैयार की जाने वाली नीतियों का उचित मूल्यांकन और क्रियान्वयन सुनिश्चित किया जाना चाहिये। ऐसे संगठन जिसने CSR गतिविधियों में निवेश किया है, उसे समाज या लक्षित वर्ग पर इसके प्रभाव का विश्लेषण करना चाहिये।
- अपारदर्शिता: CSR गतिविधियों पर कितनी धन राशि खर्च की गई है, इसकी जाँच के लिये कोई शासी निकाय नहीं है। इस संबंध में किसी भी प्रकार का विनियमन उपलब्ध नहीं है। यह उन कंपनियों के बीच उस विश्वास को सुदृढ़ करने की प्रक्रिया को नकारात्मक रूप से प्रभावित करता है जो कि किसी भी CSR पहल की सफलता की कुंजी है।

### 8. आगे की राह

- CSR पहल को और अधिक प्रभावी बनाने के लिये आम जनता के बीच CSR के बारे में जागरूकता फैलाने की आवश्यकता है। इस क्षेत्र में कॉर्पोरेट घरानों द्वारा किये गए सराहनीय कार्यों को उजागर करने के लिये मीडिया सहित विभिन्न हितधारकों द्वारा इस बारे में जागरूकता फैलाने का काम किया जाना चाहिये।
- कंपनियों समाज की विभिन्न समस्याओं को उठा सकती हैं और अनुसूची से अलग अन्य सामाजिक मुद्दों पर भी CSR के तहत कार्य कर सकती हैं।
- CSR गतिविधियों को बढ़ाने में योगदान देने हेतु कंपनी के शेयरधारकों को भी प्रोत्साहित किया जाना चाहिये।
- इस क्षेत्र में ज्ञान और जागरूकता का प्रचार-प्रसार करने के लिये कंपनियों द्वारा सम्मेलन, सेमिनार, कार्यशालाएँ तथा प्रशिक्षण सत्र आयोजित किये जाने चाहिये।
- विभिन्न कंपनियों द्वारा तैयार की गई मौजूदा नीतियों की समीक्षा करना भी महत्वपूर्ण है और कार्यान्वयन भी इस तरह से किया जाना चाहिये कि वांछित परिणाम प्राप्त किया जा सके।