USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

AICS
انستیتوت جامعه مدنی افغانستان
د افغانستان د مدني ټولنو انستیتیوت
Afghanistan Institute for Civil Society

COUNTERPART
INTERNATIONAL
In partnership for results that last.

په افغانستان کې د شرکتونو د ټولنيزو مسؤوليتونو وضعيت

Internews
Local voices. Global change.

AGA KHAN FOUNDATION U.S.A.
An agency of the Aga Khan Development Network

دا رپوټ د امریکا د متحدو ایالتونو د خلکو د سخاوتمندانه مرستو پر مټ د امریکا د متحدو ایالتونو د نړیوالې پراختیایي ادارې (USAID) د ګډې همکارۍ د ۳۰۶-A-۱۴-۰۰۰۰۱ شمېرې هوکړه لیک تر شرایطو لاندې (د افغان مدني ټولنې پروګرام) ممکن شو، چې د کونټرپارټ انټرنشنل او همکارانو له لوري یې پلې شوی دی. هغه موضوعات او نظریات چې په دې رپوټ کې څرګند شوي دي؛ د لیکوال او د افغانستان د مدني ټولنې د انستیتیوت (AICS) مسؤولیت دی او په هېڅ ډول د امریکا د متحده ایالتونو د پراختیایي ادارې (USAID)، کونټر پارټ انټرنشنل یا د آغا خان د بنسټ لیدلوری نه منعکسوي.

COUNTERPART
INTERNATIONAL
In partnership for
results that last.

USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

د افغانستان د مدني ټولنو د انستيتيوت (AICS) په هکله

د افغانستان د مدني ټولنو انستيتيوت (AICS) په ۲۰۱۴ ع کال په افغانستان کې د اغېزمنو او باور وړ مدني ټولنو د ملاتړ په موخه، همداراز له کلتوري پلوه د مناسبو طرحو د چمتو کولو له لارې د تصديق ليکونو د ورکړې ، د مدني ټولنو د بنسټونو؛ بسپنه ورکوونکو، حکومت او د ظرفيت جوړونې د خدمتونو د نښلولو (CSOs)، په واسطه رامنځته شوی دی. د افغانستان د مدني ټولنو د انستيتيوت له مهمو موخو څخه دادي چې: په سيمه ييزه کچه له تعريف شوو او په نړيواله کچه له منل شوو معيارونو څخه په ګټې اخيستنې سره د سيمه ييزو غيرحکومتي سازمانونو د تضمين له لارې د مدني ټولنو د سکټورونو باور ته لوړاوی ورکړي؛ د کړنو د اندازې د وړ شاخصونو په کارولو او پام کې نيولو سره نوښتونه رامنځته کړي او د همغږۍ له لارې د ظرفيت جوړونې د تنظيم هڅو ته ګړنديتوب ورکړي؛ همداراز د پاليسۍ له بحث سره سم د حکومت، بسپنه ورکوونکو او د پراختيا له پراخ سکټور سره د فعال ګډون له لارې د افغانستان په پراختيا کې د مدني ټولنو ونډې ته پياوړتيا ورکوي تر څو ؛ د بشر پالنې په موخه د شرکتونو د سکټور، حکومت او مدني ټولنو تر منځ د مرستو جلبولو همغږي رامنځته او په دې برخه کې د مادي او معنوي سرچينو له سمبالتيا سره سم يو کانال رامنځته کړي.

د لودين د مشورتي شرکت په هکله

د اغېزمنتوب نښه ده. د لودين مشورتي شرکت، LLC د ۲۰۰٦ کال د اګسټ په مياشت د امريکا د متحدو ايالتونو د کلورادو په ايالت کې د حکومت، غيرحکومتي او خصوصي سکټور د سازمانونو د اغېزمنتيا او پايښت د ډېرولو لپاره د خدمتونو د وړاندې کولو په موخه رامنځته شوی دی. د لودين مشورتي شرکت د ستراتيژيکو او سوداګريزو پلانونو د جوړولو، د تېروتنو او ضايعاتو په نښه کولو، د شرکتونو د پرمختيا، د نوښتونو د پراختيا، د سازماني اغېزمنتيا د لوړولو لپاره د عملياتي سيستمونو د رامنځته کولو، د کاروونکو او سازماني ظرفيتونو د لوړولو په ګډون بېلابېل خدمتونه وړاندې کوي. د سازماني پراختيا، د مديريت او مالي/ سوداګرۍ د نمونې د بدلون د کارپوهانو د يوې پياوړې او ځانګړې ډلې په درلودلو سره د لودين مشورتي شرکت ستاسې د سازماني سرچينو اغېزمنه کارونه تضمينوي.

مننه

د افغانستان د مدني ټولنې انستيتيوت په دې څېړنه کې د مدني ټولنې، سترو او منځنيو شرکتونو، کوچنيو سوداګريو، حکومتي ادارو او چارواکو او همداراز د پوهنتونونو همکاري تأييدوي او ستاينه يې کوي. موږ د دې ريپورټ په برابرولو کې د دوی د ونډې ارزښت درک کړی دی. په دې توګه د افغانستان د مدني ټولنې انستيتيوت (AICS) غواړي څو د دې څېړنې لپاره د مالي لګښت او ملاتړ د برابرولو له امله خپل د منني مراتب د امريکا د متحدو ايالتونو پراختيايي اداري (USAID) او آغا خان بنسټ ته وړاندې کړي. د افغانستان د مدني ټولنې انستيتيوت غواړي د دې ريپورټ د ليکوالانو هر يو ښاغلي رفعت لودين او ښاغلي سلطان مقصود فضل، د معلوماتو او ارقامو د راغونډولو په برخه کې د ښاغلي زبير فضل د ارزښتناکي همکارۍ څخه هم د زړه له کومې مننه وکړي. په پای کې د ياد ريپورټ د بيا کتنې په برخه کې د افغانستان د مدني ټولنې د انستيتيوت کارکوونکو له ملاتړ څخه ځانګړې مننه کوو.

حضرت محمد صلی الله علیه وسلم

فرمايلي دي:

«ستاسې له ډلې هر يو،

يو شپون دی او د خپلې رمې مسؤوليت

پر غاړه لري.

(صحيح بخاري ٦٧١٩، صحيح مسلم ١٨٢٩)

لړلیک

د افغانستان د مدني ټولنو د انستیتیوت (AICS) په هکله ۳
د لودین د مشورتي شرکت په هکله ۳
مننه ۳
لنډیز ۱۱
مهم وړاندیزونه ۱۳
۱. سریزه ۱۷
۱.۱ تعریف ۱۷
۱.۲ تاریخي تکامل ۱۸
۱.۳ د CSR اوسنی وضعیت او اټکل شوی راتلونکی ۱۸
۱.۳.۱ د CSR هڅوونکي ۱۹
۱.۳.۲ د CSR لپاره حقوقي او مدیریتي ملاتړ ۲۰
۳.۳.۱ د CSR اټکل شوی راتلونکی ۲۱
۲.CSR په سیمه کې ۲۵
۲.۱ CSR د منځنۍ آسیا په هېوادونو کې ۲۵
۲.۲ CSR په ایران کې ۲۶
۲.۳ CSR په پاکستان کې ۲۶
۲.۴ CSRپه هند کې ۲۷
۳. CSR په افغانستان کې ۳۱
۳.۱ په افغانستان کې د ټولنیز مسؤولیت مذهبي او کلتوري مخینه ۳۱
۳.۳ په افغانستان کې د CSR اوسنی وضعیت ۳۳
۳.۳.۱ . په افغانستان کې د CSR مدیریتي او حقوقي وضعیت ۳٤
۳.۳.۲ د حکومتي چارواکو له خوا له CSR څخه ملاتړ ۳٤
۳.۳.۳ په افغانستان کې قانوني چاپېریال ۳٤
۳.۳.۳.۱ اساسي قانون ۳٤
۳.۳.۳.۲ د افغانستان د شرکتونو قانون ۳۵
۳.۳.۳.۳ د کار قانون ۳۵
۳.۳.۳.۴ د چاپېریال قانون ۳۵
۳.۳.۳.۵ د کانونو د کیندنې قانون ۳٦
۳.۳.۳.٦ د حسابدارۍ مقررې ۳٦
۳.۳.۳.۷ د مالیې قانون ۳۷
۴. د خېړنې موندنې ٤۱
۴.۱ د څېړنې کړنلار ٤۱
۴.۲ د څېړنې محدودیتونه ٤۱
۴.۳ لاسته راوړنو ته یوه ځغلنده کتنه ٤۲
۴.۴ د سوادګریزې ټولنې احساسات او ښکېلتیا ٤۲
۴.۴.۱ احساس ته یو ځغلنده کتنه ٤۲

۴.۴.۲ د سوداګريزې ټولنې ښکېلتيا ۴۳
۴.۴.۳ . د سوداګريزې ټولنې ارزونه ۴۴
۴.۴.۴ د شرکتونو د ښکېلتيا او احساس لنډيز ۴۸
۴.۵ د ملي غيرحکومتي سازمانونو د CSR غوره والی ۴۸
۴.۶ د نړیوالو غيرحکومتي سازمانونو (NGOs) او بسپنه ورکوونکو د CSR غوره والی ۴۹
۴.۷ د CSR په اړه د عادي مصرف کوونکو نظريات ۴۹
۵. په افغانستان کې د CSR اغېزې او مراعت ۵۷
۵.۱ په افغانستان کې د CSR د اغېزو ټاکل ۵۷
۵.۲ د شرکتونو اداره ۵۸
۵.۳ په افغانستان کې د سوداګرۍ د اخلاقو اصول ۵۸
۵.۴ اطاعت ۵۹
۱.۴.۵ چاپېريالي اطاعت ۵۹
۵.۴.۲ . ټولنيز اطاعت ۶۰
۶. په افغانستان کې د CSR احتمالي راتلونکی ٦۳
مهم وړانديزونه ٦٤
۷.۱ په افغانستان کې د CSR لپاره د ليدلوري وضعيت ٦۷
۷.۲ د CSR لپاره د پوهاوي رامنځته کول ٦۷
۷.۳ د CSR لپاره د يو حقوقي او مديريتي چاپېريال رامنځته کول ٦۷
۷.۴ د شرکتونو لپاره د مناسب چاپېريال رامنځته کول ٦۸
۷.۵. د شرکتونو د ټولنيز مسؤوليت د يو شاخص رامنځته کول ٦۸
۷.٦. د مدني ټولنې د بنسټونو، غيرحکومتي سازمانونو او د ټولنې د فعالينو لپاره مناسب چاپېريال ٦۹
۷.۷. د حکومتي ادارو لپاره د چاپېريال برابرول ۷۰
۸.۱ يوه ځغلنده کتنه ۷۵
۸.۲ د CSR د ستراتيژيکو موخو پېژندل ۷۵
۸.۳ د پوهاوي د رامنځته کولو کمپاين ۷۵
۸.۴ د شرکتونو د ټولنيز مسؤوليت د شاخص رامنځته کول ۷۵
۸.۵ د سياسي ملاتړ کمپاين ۷٦
۸.٦ د مدني ټولنې د بنسټونو د تصديق ليکونو صدور ۷٦
۸.۷ د CSO د پروژو تأييد ۷٦
۸.۸ د CSR د پروګرامونو لپاره د پيل ټکی ۷۷
۹. پايله ۸۱
لومړی ضميمه - مخففات ۸۲
دوهمه ضميمه - د شرکتونو د CSR د نوښتونو ليست ۸۳

لنډیز

لنډیز ۱۱
مهم وړاندیزونه ۱۳

لنډيز

«د سوداګرۍ ټولنيز مسؤوليت ګټو ته پراختيا ورکول دي.» (فرايدمن) او « د ګډو مسؤوليتونو افسانې» (اچ. من) تر سرليک لاندې په ۱۹۷۰ کال فرايدمن او من په خپلو خپرو شوو مقالو کې «په دې باور دي، چې د شرکتونو اجرائيه مديران يوازې يوه دنده لري، چې د امکان تر بريده خپلو ونډه والو ته پيسې جوړې کړي»[1] . د کلونو په تېريدو سره دا نظر تر ډېره بريده رد شوی دی او په ټولنه کې د شرکتونو ونډه د ‹ ټولنيز مسؤول› په توګه تعريف شوې ده، په دې معنی چې ټولنيز مسؤول نه يوازې د خپلو مالکانو (هغه چا ته چې شايي د دې ګټې ور پورې تړاو ولري) پر وړاندې مسؤوليت لري؛ بلکې د خپلو کارکوونکو، پېرودونکو او د هغې ټولنې پر وړاندې هم مسؤوليت لري، چې خپل فعاليتونه پکې تر سره کوي (په ډله ييزه توګه، «ونډه وال»).

شرکتونه د «ټولنيز مسؤول» په توګه ګڼل د اسلام د دوه اړخيز مسؤوليت له اصل سره سمون لري، چې په پيغمبري سنت کې په خورا فصاحت او بلاغت سره ځرګند شوی دی: «ستاسې له ډلې هر يو، يو شپون دی او د خپلې رمې پر وړاندې مسؤول دی. د خلکو مشر د يو ساتونکي حيثيت لري او د خپلو خلکو پر وړاندې مسؤول دی. يو نارينه د خپلې کورنۍ ولي دی او د هغوی پر وړاندې مسؤول دی. يوه مېرمن د خپل خاوند د کور او ماشومانو ساتونکې ده او د هغوی پر وړاندې مسؤوله ده. يو خادم د خپل بادار د شتمنۍ ساتونکی دی او د هغه پر وړاندې مسؤول دی. بې له شکه، ستاسې له ډلې هر يو، يو شپون دی او د خپلې رمې مسؤوليت لري.» صحيح بخاري ٦٧١٩، صحيح مسلم ١٨٢٩

يو شرکت هم د يو شپون حيثيت لري او د هغو کسانو پر وړاندې مسؤول دی، چې د هغه له توليد شوو توکو او خدمتونو څخه ګټه پورته کوي. له دې ټولو وروسته يو شرکت له يوې خوا له خپلو هغو پېرودونکو څخه چې دوی ورته خدمتونه وړاندې کوي او له بلې خوا له هغې ټولنې څخه چې دوی پکې فعاليت کوي ګټه پورته کوي. د اسلام په دين کې يوه اصطلاح ده، چې ټولنيز پيوستون ته اشاره کوي او د شرکتونو د ټولنيز مسؤوليت (CSR) لپاره يو ښه ترجمه کيدونکی مفهوم لري، يعني ‹تکفل›[2] [3] . پوښتنه دا ده، چې يو شرکت څنګه د دې ډول مسؤوليت د احساسولو په اړه فکر وکړي او کوم ګامونه پورته کړي څو دا تضمين کړي، چې د مسؤوليت دا احساس په عملي مرستو باندې بدل شوی دی؛ يعنې دا عملي مرستې د پېرودونکو او اړوندې ټولنې پر وړاندې د دوی ژمنې منعکسوي.

اوسمهال ډېريو پرمختللو هېوادونو داسې قوانين او مقررې تصويب کړي دي، چې د چاپېريال ساتنې، د کارکوونکو د حقونو، د کاري چاپېريال د خونديتوب، مالي روڼتيا، له مفسدو کړنو څخه مخنيوی او د ګډو اداره کوونکو سيستمونو په ګډون د شرکتونو د مسؤولانه چال چلند ګڼ اړخونه څاري. له دې لپوالتيا سره سره په نړۍ کې ډېری هېوادونه لا هم CSR ته د خپلې خوښې د يو اساسي مسؤوليت په توګه ګوري. لا هم هندوستان يوازينی هېواد دی، چې پرېکړه يې کړې؛ څو په خپلو قوانينو کې له مالياتو څخه وړاندې د ګټو ٢٪ (له مالياتو پرته د شرکتونو د لګښتونو پر وړاندې د عوايدو محاسبه) د CSR د يوې جبري ونډې په توګه د ځانګړو شرکتونو لپاره شامله کړي. نور هېوادونه اوس هم CSR ته د حکومت د باالقوه الزامي نوښت په سترګه ګوري.

په مخ پر ودې هېوادونو کې CSR د ګڼ مليتيزو شرکتونو(MNCs) له خوا معرفي شوی دی، چې په افغانستان کې هم په ځانګړي ډول د مخابراتو په صنعت کې همدا موضوع د پام وړ ده. په هېواد کې د مېشتو مخابراتي کمپنيو له نوښتونو سره په ګډه، CSRډېر ژر مشهور شو او د دې لامل وګرځېد، چې نور ستر شرکتونه لکه موبي ګروپ، الکوزی ګروپ، عزيز هوتک ګروپ، عزيزي بانک او نور خپل د CSR پروګرامونه په لار واچوي او ډېری يې د خپلو داخلي بنسټونو له لارې د خيرات له ورکړې سره مرسته وکړي. په افغانستان کې د شرکتونو ډېری خيريه ورکړې د کمپنيو د خاوندانو د ذکات او صدقې (خيرات) محصول دی، نه د شرکتونو له خوا يو منظم او اغېزمن نوښت چې وکړای شي اوږد مهال دوام هم ومومي.

په افغانستان کې د شرکتونو له خوا د خيرات د ورکړې لپاره کوم قوانين او مقررې يا د CSR د هڅونې لپاره کومه ماليه يا د حکومت له خوا کوم بل ډول هڅوونکی شتون نه لري. له دې امله شرکتونه په خپله خوښه پرېښودل شوي دي څو هر څه چې غواړي پرته له تأييد څخه يې ادعا وکړي او د خپلو ټولنيزو مسؤوليتونو د ښودلو لپاره هغه څه وکړي او هغه ډول يې وکړي، چې دوی يې هيله لري. له همدې امله په خپله د شرکتونو په ګډون د هر يو د پام وړ اړتيا او غوښتنه ده، څو حکومت د CSR د اداري لپاره داسې قوانين او مقررې طرح کړي، چې د هر يو لپاره به په مساوي ډول لار هواره او د CSR پايېدونکي له پلان سره سم تنظيم شي او خورا اغېزمن کار ته لار هواره کړي. ٨٨٪ عادي خلک د دې غوښتونکي دي چې حکومت دې شرکتونو ته هڅوونکي وړاندې کړي څو په خيريه کارونو کې هغوی ښکېل کړي، په داسې حال کې چې ٧٧٪ مصرف کوونکي غواړي د خيراتونو ورکړه بايد د شرکتونو لپاره يوه ژمنه وي. په افغانستان کې مصرف کوونکي هم غواړي، چې

1 د اروپا په بنه د شرکتونو ټولنيز مسؤوليت د Olivier de Schutter ليکنه، د اروپا د قانون ژورنال، ۱۴ ګڼه، د ۲۰۰۸ کال د مارچ ۲ شميره ۲۰۳-۲۳۶ مخ.
2 د شرکتونو ټولنيز مسؤوليت: يو اسلامي ليدلوری، د حسين الاسراج ليکنه، د ۲۰۱۵ کال د اکتوبر په ۳۰ د ميونيخ په شخصي RePEc آرشيف کې (MPRA) خپور شوی دی.
3 تکفل د ‹کفاله› له ريښې څخه رامنځته شوی، چې د مسؤوليت، ضمانت، ځواب ورکوونکی يا ضامن په معنی دی.

شرکتونه د روغتیایي پاملرنو، زده کړې، د څښاک د پاکو اوبو د رسولو، له چاپېریال ساتنې سره مرسته او ملګرتیا، ټولنې او هېواد ته د پاملرنې په برخه کې خپل خیریه او د ټولنیزو مسؤولیتونو نوښتونه ډېر کړي. که دوی دا کار وکړي له ۹۰٪ څخه ډېر مصرف کوونکي به دا غوره وبولي، چې له هغوی توکي او خدمتونه وپېري او یاد بنسټونه به خپلو کورنیو او دوستانو ته هم وړاندیز کړي؛ ځکه چې آن د پوهو وګړو، په منځ کې د CSR په اړه د بنسټیز پوهاوي نشتوالی شتون لري؛ نو غیرحکومتي سازمانونه (NGOs) او د مدني ټولنې بنسټونه (CSOs) ځانګړی مسؤولیت لري څو یو داسې چاپېریال رامنځته کړي، چې په هېواد کې د پرمختللی او له پلان سره د سم جوړ شوي CSR لپاره اغېزمن وي. د دې مسؤولیت په تر سره کولو کې به د حکومتي چارواکو او قانون جوړوونکو لابي هم شامل وي څو د CSR په ملاتړ قوانین تصویب او د پراخ پوهاوي د لوړولو کمپاینونه پیل کړي. ښه - با خبره مصرف کوونکي به د غوښتنې له مخې فشار پر شرکتونو واچوي څو په ټولنیزه توګه مسؤول و اوسي.

له بل لوري شرکتونه باید د مصرف کوونکو د احساساتو ارزښت درک او له هغې سره سم د خپلې سوادګرۍ چارې سمبال کړي څو د ټولنې د مسؤولو غړو په توګه دا تضمین کړي، چې باور یې نه دی زیانمن شوی او د ټولنې د مسؤولو غړو په توګه په فعاله او دوامداره توګه یې درناوی کېږي.

په افغانستان کې CSR د خپل ژوند په لومړنیو یا د کوچنیوالي په پړاوونو کې ژوند کوي. ځکه افغانستان یو داسې هېواد دی، چې اوسېدونکي یې د نورو بېلګې تعقیبول غوره بولي. ډېر احتمال شته، چې کله چېرې د شرکتونو له خوا سترو برابرو شوو نوښتونو ته په حقیقي او ریښتني ډول د قوانینو او تبلیغاتو په جامه کې ورو فشار ورکړل شي په یوه ستره بڼه به وده ومومي.

مهم وړاندیزونه

عمومي موخې	کوچنۍ موخې	فعالیت	مسؤول	چټکتیا
د مدني ټولني بنسټونه (CSO)	د CSR د لید لوري رامنځته کول	په افغانستان کې د CSR لپاره د مدني ټولني د بنسټونو د لید لوري پېژندل او هغې ته بنه ورکول.	د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت (AICS)	بېړنی دی
	د CSRلپاره د پوهاوي رامنځته کول	د غوښتني له اړخه د فشار رامنځته کول	د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د قوانینو، مقررو او قواعدو د رامنځته کولو لپاره په فعاله توګه د حکومت لابي کول	د مدني ټولني دبنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د شرکتونو د CSRد پروګرامونو له پیل سره د مرستي لپاره د یو سازمان رامنځته کول	د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت، نوی سازمان	بېړنی نه دی
	د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت د شاخص رامنځته کول(CSRI)	د مهمو شاخصونو پېژندنه	د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د (CSRI) لپاره د عملیاتي طرحي رامنځته کول	د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت(AICS)	په منځنۍ کچه بېړنی دی
		د یادي طرحي پلي کول	د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت (AICS)	بېړنی نه دی
	حکومتي ادارو ته د یو مناسب چاپېریال رامنځته کول	په CSR کې نېبي او اغېزمني ونډې ته د لاري هوارولو په موخه د اړین حقوقي، مدیریتي او سیاسي چاپېریال د رامنځته کولو لپاره له حکومت څخه ملاتړ	د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت	د مدني ټولني بنسټونو ته د مناسب چاپېریال رامنځته کول	د عامو خلکو، حکومتي چارواکو او شرکتونو په منځ کې د پوهاوي رامنځته کول.	د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		قانون جوړوونکو/څارونکو ته د قوانینو/ مقرراتو د تصویب په موخه لابي کول.	د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د مدني ټولني د بنسټونو د تصدیقونو صدور ته د اعتبار رامنځته کولو/ د اعتبار د ښه کولو لپاره د یو سیستم رامنځته کول.	د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت	بېړنی دی
		د داسي یو سیستم رامنځته کول څو د CSRد پایښت لپاره د مدني ټولني د بنسټونو پروژوي تأیید کړي.	د افغانستان د مدني ټولني انستیټوت	په منځنۍ کچه بېړنی دی
		د داسي سازمانونو رامنځته کول څو له شرکتونو سره د CSR د دوامداره پروګرامونو په جوړولو کې مرسته وکړي.	د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	بېړنی نه دی
حکومت	د CSR لپاره د حقوقي او مدیریتي چاپېریال رامنځته کول	د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیتونو د پیل او یا زیاتوالي په موخه د هڅوونکو وړاندي کول.	حکومت – د ولسمشر دفتر د مالیي، اقتصاد، عدلیې هڅوونکي وزارتونه او پارلمان	بېړنی دی
		د هغو شرکتونو لپاره چي ټولنیز مسؤولیتونه نه مني د قوانینو او مقرراتو او خنډ جوړونکو رامنځته کول.		بېړنی دی
		CSR او برخي یې د حقوقي مکلفیت په توګه جوړي او په خورا ځیرکتیا سره تنفیذ شي.		په منځنۍ کچه بېړنی دی
شرکتونه	شرکتونو ته د مناسب چاپېریال رامنځته کول	په واضح ډول د هغو هڅوونکو څرګندول چي شرکتونه یې د خپل CSR د ښکلتیا لپاره ورته اړتیا لري.	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه (ACCI)	بېړنی دی
		له مالیي او اقتصاد وزارتونو سره د CSRد ملاتړ لپاره د قوانینو، مقرراتو او قواعدو په جوړولو کې مرسته.	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه او د مدني ټولني د سازمانونو ټولنه	بېړنی دی
		د کمپنی د CSRد پالیسیو بیا جوړول	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه	بېړنی دی
		د کمپنی د CSRد پالیسی/ ستراتیژی د بیا جوړولو لپاره له متخصصو کمپنیو څخه د مرستي او ملاتړ غوښتنه.	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه او د مدني ټولني د بنسټونو ټولنه	په منځنۍ کچه بېړنی دی

بېړنی دی (سور) — په منځنۍ کچه بېړنی دی (نارنجي) — بېړنی نه دی (ژېړ)

لړي جدول: مهم وړاندیزونه

د مهمو وړاندیزونوعملي کول

#	موخه	فعالیت	مسؤولیت
۱	د CSR لپاره د هڅوونکي پېژندل	د CSR د کمپاین لپاره د اصلي دارالانشاء د ټاکلو په موخه د مدني ټولني د بنسټونو (CSOs) د غونډو جوړول. د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ د CSR یوه ممکنه دارالانشاء ده.	د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ
۲	د CSR ستراتیژیکو موخو پېژندل	د CSR د کمپاین د مدیریت لپاره د مدني ټولنې د بنسټونو په ټولنه کې د یو کاري خواک یا ډلې رامنځته کول.	د CSR دارالانشاء
		د CSR د کمپاین لپاره د رضا کارۍ، نیمه – رضاکارۍ، یا الزامي په ګډون د ستراتیژیکو لارو بیا کتنه او د تعقیب لپاره یې د یوې لارې ټاکل.	د CSR دارالانشاء
۳	د پوهاوي د رامنځته کولو کمپاین	د CSR د کمپاین لپاره د یوې ستراتیژۍ طرح کول	د CSR دارالانشاء
		د CSR د کمپاین د تمویل لپاره د مالي مرستو راغونډول	د CSR دارالانشاء
		د CSR د کمپاین په لار اچول	د CSR دارالانشاء
۴	د سیاسي ملاتړ کمپاین	د سیاسي ملاتړ د یوې ستراتیژۍ جوړول خو لاندې ټکي پکې شامل وي: – له حکومتي چارواکو سره د منظمو ناستو جوړول – د تلویزیوني / راډیویي بحثونو، ګردیو مېزونو او مرکو ترسره کول – د ورکشاپونو او سیمینارو جوړول – د قوانینو، قواعدو او مقررو له تسوید سره مرسته کول	د CSR دارالانشاء
		د سیاسي ملاتړ کار ته د بودیجې او مالي مرستو برابرول	د CSR دارالانشاء
		د سیاسي ملاتړ د کمپاین په لار اچول	د CSR دارالانشاء
۵	د مدني ټولنې د بنسټونو د تصدیق لیکونو صدور	له مخکې جریان لري.	د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ
۶	د مدني ټولنې د بنسټونو د پروژو تصدیق	د مدني ټولنې د بنسټونو د تصدیق لیکونو د طرحې او کرنلارې رامنځته کول، تر څو لاندې ټکي پکې شامل شي: – د تخنیکي او مالي امکاناتو لپاره د پروژو ارزول – د پروژې لپاره د ټولنې د ملاتړ، اړتیا او همدارز له نورو پروژو سره د همغږۍ ارزول – د دې پروژې د ترسره کولو لپاره د مدني ټولنې د بنسټونو (CSO) د تخنیکي او مدیریتي وړتیاوو معلومول – د پروژې د شرحې، توجیه او همدارز د اسنادو ارزونه	د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ
		د دې کرنلارې د چټک پیل لپاره د مالي مرستو راغونډول، د خدمتونو د برخې لپاره د فیس شاملول.	د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ
		د پروژو د تبلیغ لپاره د یو ویب پورټل جوړول.	د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ
		د مدني ټولنې بنسټونو، شرکتونو او بسپنه ورکوونکو ته د تصدیق لیکونو په اړه تبلیغ کول.	د افغانستان د مدني ټولنې انسټیټیوټ
۷	د شرکتونو د ګډ ټولنیز مسؤولیت د یو شاخص رامنځته کول (CSRI)	د CSRI د مهمو اجزاوو پېژندل؛ خو د کاري چاپېریال فکتورونه، چاپېریالي اغېزې، د کار اخلاقي لارې چارې، خیریه ورکړه، د ټولنې پراختیا او نور پکې شامل وي.	د CSR دارالانشاء
		د CSRI تمویل او تبلیغ د څرنګوالي په اړه د یوې ستراتیژۍ جوړول.	د CSR دارالانشاء
		د نوښتونو په لار اچول.	د CSR دارالانشاء
۸	د CSR لپاره د د پیل د یوه ټکي رامنځته کول	د CSR د نوښتونو د پیل لپاره له شرکتونو د ملاتړ د څرنګوالي په اړه د یوې ستراتیژۍ طرح کول.	د CSR دارالانشاء
		د هغو ممکنه بنسټونو/ سازمانونو پېژندل چې دمخه یې په سیمه یا نړۍ کې دا کار کړی وي، لکه د منځنۍ آسیا CSR (www.csr-ca.com) او د ټولنیز مسؤولیت لپاره سوداګري (www.bsr.org).	د CSR دارالانشاء
		د افغانستان لپاره د CSR په لار اچولو او د پیل د ټکي د برابرولو په موخه د مالي مرستو راغونډول	د CSR دارالانشاء
		په افغانستان کې د CSR د پیل د ټکي د حضور رامنځته کول او د عملیاتو پیل.	د CSR دارالانشاء

دوهم جدول: مهم وړاندیزونه عملی کول

01

سریزه

۱.۱ تعریف ۱۷
۱.۲ تاریخي تکامل ۱۸
۱.۳ د CSR اوسنی وضعیت او اړکل شوی راتلونکی ۱۸
۱.۳.۱ د CSR هځوونکي ۱۹
۱.۳.۲ د CSR لپاره حقوقي او مدیریتي ملاتړ ۲۰
۳.۳.۱ د CSR اټکل شوی راتلونکی ۲۱

۱. سریزه

۱.۱ تعریف

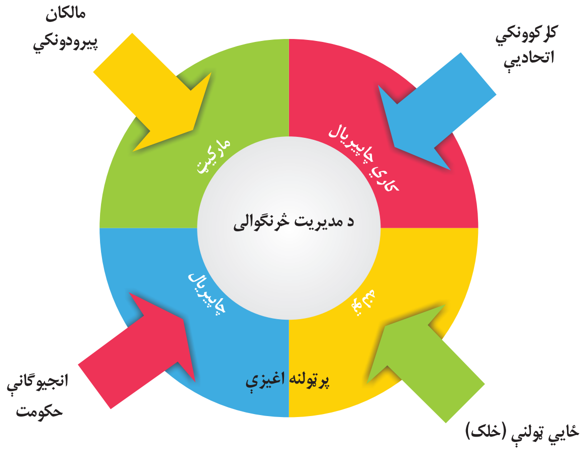
اینویسټوپیډیا د شرکتونو ټولنیز مسؤولیت (CSR) داسې تعریفوي:

«د په خپله تنظیمېدونکي شرکتونو طرح ده، چې له یوې کمپنۍ سره مرسته کوي څو خپل ځان، خپلو ونډه والو او خلکو ته حساب ورکوونکي واوسي. د شرکتونو په ټولنیز مسؤولیت؛ چې د شرکتونو یا شرکتونو تابعیت هم ورته وایي؛ د عمل له لارې کمپنۍ کولای شي، چې د اقتصادي، ټولنیزو او چاپېریال په ګډون د ټولنې پر هرې برخې د خپلو اغېزو له ډولونو څخه خبر واوسي. په CSR کې ښکېلتیا په دې معنی ده، چې یوه کمپنۍ به د خپل عادي کار په بهیر کې د دې پر ځای چې ټولنې او چاپېریال سره په منفي ډول همکاري وکړي، داسې کار کوي، چې ټولنې او چاپېریال ته آسانتیاوې برابرې شي»[4]

اینویسټوپیډیا ادعا کوي، چې که څه هم CSR ټولنې او په ټوله کې خلکو ته ګټور ثابتېدای شي، کولای شي شرکتونو ته هم د پام وړ ګټې ولري او په دې توګه به د خپلو سوداګریزو نښو له پرمختیا سره هم مرسته وکړي. ګډ ټولنیز مسؤولیت (CSR) "د کارکوونکو او شرکت تر منځ د یوې پیاوړې ژمنې او ترون په جوړولو" کې مرسته کوي او ګمارونکو ته دا ورتیا ورکوي څو "له خپلې شاوخوا نړۍ سره ځان ډېر نږدې او وصل شوی وګڼي".

فایننشیل ټایمز CSR د یو " غورځنګ په توګه چې موخه یې د کمپنیو هڅول دي؛ په دې توګه د خپلو ونډه والو او چاپېریال په ګډون د ټولنې په پاتې برخو باندې د خپلو کارونو له اغېزو څخه ډېر خبر وي." دا د شرکتونو یوه کړنلار ده، چې خپلو ونډه والو ته د اقتصادي، ټولنیزو او چاپېریالي ګټو د لېږد له لارې له پایېدونکې پراختیا سره مرسته کوي". فایننشیل ټایمز CSR د " د یو داسې فکر په توګه ګڼي، چې د ګڼو تعریفونو او کړنلارو درلودونکی دی. د CSR د درک او پلي کېدو لارې چارې د هرې کمپنۍ او هر هېواد لپاره سره خورا ډېر توپیر لري". د شرکتونو ټولنیز مسؤولیت بې شمېره برخې لري؛ د بېلګې په ډول: "بشري حقونه، د شرکت اداره، روغتیا او خوندیتوب، د چاپېریال اغېزې، کاري وضعیت او په اقتصادي وده کې ونډه تر پوښښ لاندې نیسي". او په پای کې، CSR " د ثبات پر لور د بدلون"[5] د هڅولو غوښتونکی دی.

میلن بیکر دCSR یوې وسیلې په توګه ګڼي، چې له کمپنیو سره مرسته کوي تر څو " د خپلو چارو د بهیر مدیریت وکړي او په ټوله کې پر ټولنه یوه مثبته اغېزه وښندي. دا ثبات، ټولنیزه اغېزه او اخلاق تر پوښښ لاندې نیسي او په سمه توګه یې تر سره کوي. یاد ثبات باید د اصلي شرکتونو په اړه وي، چې څه ډول یوه کمپنۍ خپلې پیسې تر لاسه کوي، د بشر پالنه کړنو په څېر[6] "نه دا چې د یوې بلې ډېرې شوې برخې په اړه وي.



۱ انځور: د شرکتونو د عملیاتو دوه بعدونه

د میلن بیکر په وینا، کمپنۍ باید دواړو اړتیاوو یعنې "د خپل مدیریت څرنګوالي ته - د خلکو او بهیرونو له نظره" او "په بېلابېلو برخو کې پر ټولنه د دوی اغېزې" ته ځواب ووایي.

د ثبات لرونکې پراختیا لپاره د شرکتونو نړیوالې شورا " CSR د شرکتونو د دوامداره ژمنې په توګه تعریف کړې تر څو له اخلاقي اصولو سره سم چلند وکړي، په داسې حال کې چې د کاري ځواک او د هغوی د کورنیو او په پراخه کچه د ځايي خلکو او ټولنې د ژوند څرنګوالي ته وده ورکوي[7] په اقتصادي پراختیا کې هم مرسته کوي."

په لنډ ډول، دCSR یو شرکت " مهربان" یا " ښه" اړخ دی چې الف) " د زیان مه رسوه" ارزښت تأییدوي، یعني په بشپړه توګه او یا لږ تر لږه له زیانونو څخه مخنیوی کوي، په ټوله کې د چاپېریال او ټولنې پر وړاندې زیانونه او په ځانګړې ډول په اغېزمنو شوو ټولنو کې د زیانونو کچه راټیټوي؛ ب) هغه زیانونه کابو کوي، چې د دوی د کړنو او عملیاتو په پایله کې رامنځته کېږي؛ ج) د خپلو کارکوونکو او نورو هغو کسانو خوندیتوب او سوکالي تضمینوي، چې د دوی د کار له امله اغېزمن شوي دي او د) په دوامدار ډول په اخلاقي ډول چلند کوي.

4 https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp
5 http://lexicon.ft.com/Term?term=corporate-social-responsibility--(CSR)
6 http://mallenbaker.net/article/clear-reflection/definitions-of-corporate-social-responsibility-what-is-csr
7 http://www.ceads.org.ar/downloads/Making%20gooYd%20business%20sense.pdf

۱.۲ تاریخي تکامل

د جیورجیا د پوهنتون د آرچي بي. کارول په وینا [۸]، دا شوني ده، چې ″د ټولنې په اړه د سوداګریزې ټولنې د اندیښنو شواهد د پیړیو لپاره ترسیم کړو“. په داسې حال کې چې د CSR په اړه د نوي عصر ډېری لیکنې په پرمختللې نړۍ کې ریښه لري او د ۱۹۵۰ع. کال په شاوخوا کې پیل شوي دي، دا روښانه ده، چې ″ ښايي اړوندې مفکورې به په تیورۍ بدلې شوې وي او په بېلابېلو وختونو کې به په نورو هېوادونو کې عملي شوې وي.“

په اسلامي نړۍ کې د وګړو او شرکتونو ټولنیز مسؤولیت تل یو پېژندل شوی او اړین مفهوم و. ″ د اسلامي اخلاقو اصول د مسؤولیت منلو او ځواب ورکولو په عبارت کې د CSRلپاره یو پراخ چوکاټ وړاندې کوي.“ مسلمانان په دې باور دي چې په آخرت کې به د هر هغه څه لپاره ځواب ویونکي وي، چې په دې دنیا کې یې تر سره کوي.[۹] په اسلام کې د مسؤول ژوند بنسټ یو حدیث دی، چې وايي ″ستاسې له ډلې هر یو، یو شپون دی او د خپلې رمې مسؤولیت لري“[۱۰] شرکتونه له دې قاعدې څخه مستثنی نه دي، د خپلو ترسره کوونکو کړنو او چلند د ډول لپاره د خپل خدای، قانون او ټولنې پر وړاندې مسؤول دي. دوی د دې لپاره مسؤول دي، چې د شرکتونو د چارو مسؤولیت پر غاړه لري او له هغې شتمنۍ څخه چې پېرېدونکي او ټولنې یې ورته برابروي د ګټه اخیستونکی په توګه مسؤول دي.

په ۱۹۵۳ ع. کال کې، هاورد آر. باوئن [۱۱] دلیل وړاندې کړی دی، چې ″څو سوه ستر شرکتونو د ځواک او تصمیم نیونې مهم مرکزونه وو او د دې شرکتونو کړنو په ډېرو برخو کې د خلکو ژوند اغېزمن کړی دی“. بوئن د CSR لپاره یو لومړنی تعریف وړاندې کړ تر څو ″ د سوداګرو ژمنې هغه پالیسۍ تعقیب کړي، هغه پرېکړې وکړي، یا هغه چال چلند تعقیب کړي، چې زموږ د ټولنې د موخو او ارزښتونو له نظره د پام وړ دی“ پکې شامل کړي. په ۱۹۶۳ ع. کال کې دا ومنل شوه، چې ″شرکتونه نه یواځې اقتصادي او حقوقي دندې لري؛ بلکې د ټولنې پر وړاندې ټاکلې مسؤولیتونه هم لري [۱۲]“ له دې ورهاخوا پکې ″سیاست، د ټولنې خیر ښیګڼه، ښوونه، د دوی د کارکوونکو او په ټوله کې د ټولنیزې نړۍ رضایت“ شامل دی. د اخلاقو، مسؤولیت او عدالت اړوند اسلامي ماهیت ته ورته (McGuire) څرګندوي، چې ″سوداګري باید د غوره اتباعو په څېر په ‹انصاف› سره عمل وکړي.“

د کلونو په لړ کې CSR وده کړې ترڅو یو لړ بدیل موضوعات لکه د شرکتونو ټولنیز ځواب ورکول، عامه پالیسۍ، سوداګریز اخلاق، او د ونډه والو تیوري/ مدیریت (کارول) پکې شامل کړي. نوي مفاهیم لکه نړیواله ټولنیزه پانګونه، د شرکتونو شهرت، د خلکو ګډون، او ګډه ټولنیزه پالیسي په لار اچول شوې ده. د ستراتیژیکې ورکړې،cause-related marketing (د شرکتونو یو ډول ټولنیز مسؤولیت دی، چې د یو شرکت د بازار موندنې تبلیغات پکې دوه موخې لري؛ یو د ګټې ډېرول او بل د ټولنې ښه کول.)، نړیوالې بسپنې، د کارکوونکو رضا کاري، ثبات او نړیوال سوداګریز تابعیت لپاره د مدیریت پالیسۍ را څرګندې شوې څو د CSR ګڼ نوښتونه مشخص کړي. د شرکتونو ټولنیز مسؤولیت (CSR) د شرکتونو یو پېژندل شوی او په ښه توګه ستایل شوی عنصر دی. ټول ستر شرکتونه د CSR په پالیسو، برخو او فعالیتونو کې شامل دي. د CSRد بازار موندنې د فعالیتونو د اغېزو د ډېرولو لپاره هڅې رواني دي، ځکه چې عام وګړي له دې شرکتونو څخه غواړي تر څو د خپلو ټولنو، چاپېریال او خپلو کارکوونکو پر وړاندې مسؤولانه چلند وکړي.

۱.۳ د CSR اوسنی وضعیت او اټکل شوی راتلونکی

د انټرنټ پرمختګ او د خلکو پر ژوند د فیسبوک، ټویټر، انسټاګرام، ټمبلر او نورو په ګډون ټولنیزو رسنیو اغېزې، د ګټه اخیستونکو او مصرف کوونکو نظریاتو، عقیدو او غوره توبونو ته د اړول شوې پاملرنې کچه په پام وړ ډول بدله کړې ده. سیاستوال او سوداګر ټولنیزې رسنۍ د دې لپاره کاروي څو له خپلو نظریاتو او تولیداتو سره یوځای له پېرودونکو سره وصل شي، پیرودونکي د دې لپاره ټولنیزې رسنۍ کاروي څو له دود سره سم توکو، خدمتونو، د ژوند او کسب و کار د لارو چارو په اړه خبر شي. فعالان ټولنیزې رسنې په دې موخه کاروي څو سیاسي، اقتصادي، ټولنیزو او چاپېریال پورې اړوند برخو ته پاملرنه واړوي، په داسې حال کې چې عام خلک د دې لپاره چې له موضوعاتو، محصولاتو، وګړو او کمپنیو ملاتړ وکړي یا د هغې لپاره او یا پر وړاندې یې سره یوځای شي، د اقدام لپاره د هر چا له خوا د وارد شوي فشار پر وړاندې غبرګون ښیي. د دې ډول یو غورځنګ ځواک د بېلګې په توګه موږ له ټولنیزو رسنیو سره د آغلې ایوانکا ټرمپ تجربه بیانوو. د ولسمشر ټرمپ له ټاکل کېدو وروسته، د ټولنیزو رسنیو یو غورځنګ د ایوانکا ټرمپ د فیشن له توکو سره د پرېکون غږ وکړ، چې د دې پرېکون په پایله دا شوه، چې په خورا لنډ وخت کې یې د ګڼ شمېر توکو د خرڅلاو مارکېټونه پرېښودل شول او په پای کې د هغې د محصولاتو د لیکو د ترل کېدو لامل وګرځېد. دې ته ورته ګڼ شمېر نور نوښتونه دي، چې د شرکتونو د جوړښتونو، محصولاتو یا سیستمونو د سمون

8 ګډ ټولنیز مسؤولیت – د یو تعریفي جوړښت تدریجي تکامل

9 ګډ ټولنیز مسؤولیت: یو اسلامي لیدلوری، د حسین السراج لیکنه، د ۲۰۱۵ کال د اکتوبر په ۳۰ په میونیخ په RePEc شخصي آرشیف کې خپور شوی دی (MPRA)

10 صحیح بخاري ٦٧١٩ او صحیح مسلم ١٨٢٩

11 د سوداګر ټولنیز مسؤولیتونه، د هاورد آر. باوین لیکنه، لکه څرنګه چې د آرچي بي. کارول په خپل کتاب ګډ ټولنیز مسؤولیت- د تعریفي جوړښت تدریجي تکامل

12 ټولنه او سوداګري د Joseph W. McGuire لیکنه ۱۹۶۳

لامل گرځېدلي دي. دا ډول نوښتونه د اړيکو د نوي سيستم برخه ده، چې په ممکنه ډول شرکتونو ته وده ورکولای شي او يا يې په پام وړ ډول گډوډولای شي.

د وئن وايسر په وينا[13] ، په تېره لسيزه کې په پرمختللې نړۍ کې شرکتونه د CSR له څلورو پړاوونو څخه تېر شوي دي، چې په کې دا مسايل شامل دي: ۱) د دوی ټولنيزو مسؤوليتونو ته يوه " دفاعي" کړنلار؛ ۲) يوه "خيريه" کړنلار، چې په دې کړنلار کې هغوی خپل ځان د يوې لوړې روحيې په درلودلو سره د اړو خلکو مرستې ته ولاړ گڼي، ۳) "تبليغاتي" کړنلار چې په اصل کې CSR د دوی د بازارموندنې د هڅو د ښه کولو او د پېرودونکو يو پياوړی بيس (د پېرودونکو بېس د پېرودونکو يو گروپ چې يو شرکت ورسره راکړه ورکړه کوي او خپل توکي او خدمتونه پرې پلوري) د رامنځته کېدو د يوې وسيلې په توگه ليدل کېږي؛ او ۴) د ننيو ځيرکو شرکتونو يون د هغه وضعيت پر لور يو جرأت دی، چېرې چې د CSR پر وړاندې خپل چلند "ستراتيژيک" گڼي. له همدې کبله، شرکتونه د ټولنيز مسؤوليت پر اوږد مهالي اغېزې او نفوذ ټينگار کوي ترڅو خپل دوامدار عمليات د راتلونکو لسيزو لپاره ډېر کړي.

په داسې حال کې چې پرمختللي نړۍ د خپلو شرکتونو د مسؤوليت طرحو او موخو ته د نوو حل لارو د موندلو لپاره د نوو نظريو او پلانونو په فکر کې ده، په مخ پر وده هېوادونو کې گڼ شمېر شرکتونو يوازې له CSR سره ښکېلتيا پيل کړې ده. که څه هم د CSR په اړه د دوی پوهه لا هم په لومړي او دوهم پړاو پورې محدوده ده، چې دفاعي او خيريه کړنلارې مشخصوي. ځينې د يوې تبليغاتي وسيلې په توگه ورو ورو په CSR کې ښکېل کېږي، که څه هم دوی په بشپړه توگه په دې نه پوهېږي، چې د بازارموندنې د يوې وسيلې په توگه څنگه د CSR گټې لوړې کړي، نه هم د دوی پېرودونکي خپل ځان او يا خپلو ټولنو ته د شرکتونو د CSR د نوښتونو په ارزښت پوهېږي يا پرې باور لري.

۱.۳.۱ د CSR هڅوونکي

د ټولنيزو مسؤوليتونو په تبليغاتي طرحو کې د شرکتو د ښکېلېدو لپاره گڼ شمېر دليلونه شتون لري. په داسې حال کې چې ښايي ځينې شرکتونه د داسې بشر دوستو وگړو له خوا رهبري شي، چې غواړي له خپلو لاسته راوړنو څخه يې يو څه بېرته همغې ټولنې ته ورکړي، چې ترې ترلاسه کړي يې دي. ډېری شرکتونه دا کار په دې تمه کوي، چې يو څه يې په بدل کې تر لاسه کړي يا ځکه چې دوی که په دې کار کې ښکېل نه شي؛ نو د قانون يا پېرودونکو له خوا به مجازات شي. دا ټول د CSR هڅوونکي دي، په داسې حال کې چې د CSR په نوښتونو کې د ښکېلېدو لپاره د شرکتونو هڅوونکي ارزول کېږي دا موضوع بايد په پام کې ونيول شي.

۱. په هېواد کې حقوقي نظام د CSR يو مهم هڅوونکی دی. گڼ شمېر پرمختللو هېوادونو قوانين وضع کړي څو هغه فعاليتونه وهڅوي او يا يې مخه ونيسي، چې چاپېريال ساتنه، د مصرف کوونکو ساتنه، د کارکوونکو خونديتوب، د کارکوونکو لپاره جبيره، مساوي معاشونه، جنسيتي (جندر) برابري، د کار کوونکو ځورول (جنسي، مذهبي، توکميز يا بل ډول)، د قيمتونو تثبيت، د فکري شتمنۍ ساتنه، مفسدې کړنې لکه بډې اخيستل (رشوت)، له يو چا طرفداري کول، په رسمي ډول غني کول او داسې نور اړوند شرايط پکې شامل دي. دا ډول قوانين، مقررې او قواعد د سازمانونو د چال چلند، د شدت او کره ارزونې د کچې لارښوونه کوي، چې له هغې سره دوی د دې قوانينو، مقررو او قواعدو د متن او روحيې پر وړاندې د شرکتونو د وفادارۍ د کچې لوړولو ته اړ دي.

۲. د حکومت هڅوونکي لکه، د ماليې کمول؛ د ماليې کمول نور هڅوونکي شرکتونه هڅوي څو په CSR کې ښکېل او پوه شي، چې حکومت د دوی د CSR د لگښتونو ټوله او يا يوه ستره برخه جبيره کړي، چې په پايله کې به شرکتونه وکولای شي، له خلکو سره ښه وکړي، په داسې حال کې چې د دوې د حسابونو وروستۍ ليکه (هغه ليکه چې د شرکتونو ټوليزې گټې او زيانونه ښيي) به اغېزمنه نه کړي. په حقيقت کې د امريکا په متحدو ايالتونو کې يوې ارزونې ښودلې، چې د CSR له يو پياوړي او څرگند پروگرام درلودونکي شرکتونه په منځني ډول ۱.۷٪ د هغو شرکتونو په پرتله لږه ماليه ورکوي، چې داسې پروگرامونه نه لري.[14] د نورو لاملونو له ارزولو وروسته چې د ماليې اندازه اغېزمنوي، لکه هغه شرکتونه چې خپل زيانونه ثبتوي، د خپلو سيالانو په پرتله ۶٪ ټيټه ماليه ورکوي.

۳. د مالکانو غوره توب هم د CSR يو مهم هڅوونکی دی. له ۱.۷٪ څخه تر ۶٪ د ماليې له سپما سره، د هغو شرکتونو په پرتله چې د CSR کوم فعال پروگرام نه لري، CSRپر يو مهم گټه راوړونکي شاخص بدل شوی، ځکه چې اضافي ماليه په مستقيم ډول د مالکانو ارزښت اغېزمنوي، له همدې امله مالکان په زياتيدونکي ډول له خپلو شرکتونو څخه په يو اغېزمن CSR کې د ښکېلېدو غوښتنه کوي څو د خپلې پانگونې ارزښت لوړ کړای شي.

۴. د پېرودونکو طمعې او غوره توب د CSR يو بل مهم

13 http://www.foodfocus.co.za/home/Industry-Topics/Corporate-Social-Responsibility/Future-trends-in-CSR--the-next-10-years

14 socially-responsible-companies-pay/12/http://www.cfo.com/tax/2015

هڅوونکی بلل کېږي. پېرودونکي په یوه ټاکلې برخه او یا د ښکېلتیا په ټولو برخو کې غوره توب لري او د خپل غوره توب د ملاتړ لپاره د فعالو اقداماتو غوښتونکي وي؛ نو دغه شرکتونه به هم همداسې وکړي او په هغو فعالیتونو کې به ښکېل شي؛ د بېلګې په توګه: که یو پېرودونکی د (Nike) سپورټي بوټونو پېرل رد کړي، چې د بنګله دېش په sweat shops (هغه ځای چې د کارګرانو وېروونکي او غیرانساني شرایط پرې حاکم دي، د ماشومانو کار عملي کېږي او ټولنیزه بې عدالتي یې نورم دی) کې تولیدېږي؛ نو بیا به نایک دا تضمین کړي، چې یا دا ډول شرایط خپاره نه کړي یا دا چې دوی له خلکو سره مخامخ نه شي، څو د خپلو توکو پر وړاندې له غبرګونونو څخه مخنیوی وکړي. همداسې به د Shell د تېلو او ګازو له نورو کمپنیو سره هم وشي، چې د فوسیلونو د سون له امله په فضا کې د کاربن ډای اکسایډ د ګاز د خپرېدو له امله د نړیوالې تودوخې پر ضد د عامو خلکو د احساس پر وړاندې مبارزه کوي. په پایله کې شیل خپل نوم او سمبول بدل کړ او د انرژۍ د یوې کمپنۍ په توګه د تجدید وړ انرژۍ په برخه کې د پام وړ پانګونه وکړه څو داسې یو احساس را منځته کړي، چې ګواکې دا کمپنۍ خپل د کاربن نښې را کموي او د چاپېریال ساتنې په برخه کې فعاله ونډه لري؛ نو ځکه د پېرودونکو او مصرفوونکو ملاتړ کوونکی ماهیت د نړۍ په لر او بر په ډېرو هېوادونو کې د CSR لپاره یو مهم هڅوونکی بلل شوی دی، چې د ټولنیزو رسنیو او له یو بل سره د ډېرو خلکو د وصل کېدو په مرسته آن د ډېرو خلکو له خوا ومنل شو.

٥. د بازارموندنې اغېزه او په ټولنیزه توګه د مسوول اوسېدو لپاره د یو شرکت د انځور ښه کول اړین دي؛ نو د یو غوره شرکت درلودل بیا هم د CSR لپاره یو بل هڅوونکی دی. د رسنیو د دایمي پوښښ په زمانه کې د ښه او بد په توګه له یو څو خړ رنګه سیورو سره د یو درک او د ټولیز احساس لامل ګرځي؛ څو شرکتونه غواړي، چې د مسؤولو اتباعو په توګه ورته وکتل شي، ځکه په ټولنیزو مسؤولیتونو کې ښکېلتیا دوی له هغو شرکتونو څخه بېلوي، چې په ټولنیزه توګه لږ مسؤول دي. په پرمختللې نړۍ کې د ډېرو شرکتونو له خوا په CSR کې د ښکېلتیا له پراخېدو سره نور نو دا توپیر کوونکی نه شته، چې کوم شرکت په CSR کې ښکېل دی؛ بلکې کوم شرکت په ټولنیز مسؤولانه چال چلند کې ډېر ښکېل او اغېزمن دی؛ نو ځکه CSR اوس یوه ټاکنه نه بلکې یوه اړتیا ده، چې پرته له هغې به یو شرکت عمومي انځور له پام وړ زیان سره مخ او د شرکت ارزښت او د هغې د مشرتابه او مالک د پانګونې ارزښت به په مستقیم ډول اغېزمن شي.

٦. د شرکتونو د مالک او مشرانو بشر پالنه او د خیر ښېګڼې لېوالتیا د CSR مهم هڅوونکي دي؛ د بېلګې په توګه: په ۲۰۱۸ کال کې مایکروسافټ په یواځې توګه "له ۱.۴ میلیارد ډالرو [15] څخه ډېرې پیسې بنسټونو او سازمانونو ته په سافټ ویر او خدمتونو کې د مایکرو سافټ د خیریه پروګرام یعنې له غیر انتفاعي وګړو سره ټکنالوژۍ ته د لاسرسي په هغو برخو کې مرسته کوي، چې هغوی ورته ډېره اړتیا لري" له لارې بسپنه کړې دي. سربېره پر دې د مایکرو سافټ کارکوونکو د کارکوونکو د ورکړې له پروګرام د کارولو له لارې له ۱۵۸ میلیونو ډالرو څخه ډېرې پیسې د (corporate matching) (یو ډول خیریه پروګرام دی، چې کمپنۍ له مالي اړخه له هغه بسپنې سره مطابقت ورکوي، چې د دوی کارکوونکي یې غیرانتفاعي سازمانونو ته ورکوي؛ یعنې کله چې کارکوونکو بسپنه وکړه؛ نو له خپلې کمپنۍ څخه هم له دې سره د مطابقې بسپنې غوښتنه کوي او کمپنۍ بیا خپله بسپنه ورکوي، چې دا ډېری وخت ۱:۱ یا ۱:۲ او یا تر هغې لوړه وي.) په ګډون خپلو غیرانتفاعي غوره توبونو ته بسپنه کړې دي. سربېره پر دې د مایکروسافټ یو بنسټ ایښودونکي، بیل ګېټس، د خپل بیل او میلینډا ګېټس بنسټونو له لارې، د ۴۰ میلیاردو ډالرو[16] په ارزښت د نړۍ له تر ټولو ستره بسپنه رامنځته کړې ده. له مالیې څخه معاف یو سازمان د خپلې بسپنې ۵٪ (په ټوله کې ۲ میلیارده ډالر) هرکال د ښوونې، روغتیا، بیوزلۍ، اقلیمي بدلون او " پاکې انرژۍ" د ملاتړ په پروګرامونو باندې لګوي. موږ داسې انګېرو، چې بیل او میلینډا ګېټس د انځور او یا د پېرودونکو د رضایت له لارې دې کار ته نه دي لېوال شوي؛ بلکې د ورکړې د خوند او د میلیونونو انسانانو په ژوند کې د بدلون د راوستلو له لارې هڅول شوي دي.

٧. مذهبي دلیل د CSR لپاره یو مهم هڅوونکی دی. د شرکتونو ځیني مالکان او مشران ښایي د خپلې مذهبي عقیدې له لارې هڅول شوي وي؛ یعنې هغه څه چې دوی ته ورکړل شوي دي مصرف یې کړي تر څو د خپلې ټولنې پر وړاندې خپل مسؤولیت تر سره او په دې توګه د یو شرکت او د وګړو په توګه په ټولنیزو مسؤولیتونو کې ونډه واخلي.

۱.۳.۲ د CSR لپاره حقوقي او مدیریتي ملاتړ

په داسې حال کې چې CSR په معمولي او دودیزه توګه

15 د مایکروسافت د ۲۰۱۸ کال د ګډ ټولنیز مسؤولیت رپوټ

16 https://www.influencewatch.org/non-profit/bill-and-melinda-gates-foundation/

د شرکتونو له خوا د خپلې خوښې یا رضاکارانه ونډه ده، په ځینو حالاتو کې هغه قوانین چې د شرکت د فعالیتونو بېلابېل اړخونه[17] څاري له شرکتونو څخه غواړي او یا یې هڅوي تر څو په مسؤولانه ډول چال چلند وکړي. ټینیک لمبوی (Tineke Lambooy) "د ګډ ټولنیز مسؤولیت حقوقي اړخونو" تر سرلیک لاندې په خپله سرمقاله کې لیکي، چې CSR " .... د قانون له ډېرو سیمو لکه نړیوال قانون او اروپایي قانون، د شرکت قانون او د شرکت اداره، د مدني تېروتنې قانون او د تړونونو قانون، د پروسیجرونو یا بهیرونو قانون، د کار او چاپېریال قانون او د جزا له قانون سره اړیکه لري. دا ټولې سیمې د CSR په پراختیا کې مهمه ونډه لري، څو په پای کې د هغو جدي ننګونو پر وړاندې غبرګون وښیي، چې نړۍ ورسره مخ ده."

له هغه ځایه چې دغه قوانین او مقررې خورا پراخې دي او د یو هېواد له بل هېواد سره توپیر لري، موږ دا ویتبیله، چې په دې ارزونه کې دا قوانین په انفرادي ډول هم په نښه نه شي او هم لست نه شي.

کله چې د شرکتونو د CSR فعالیتونه ارزول کېږي، یو معیار چې ګڼ شرکتونه ورته وفادار دي او د لارښود د وسیلې په توګه کارول کېږي، هغه[18] ISO ۲۶۰۰۰ یا CSR.ISO ۲۶۰۰۰ دی. د ISO له نورو معیارونو سره په ګډه لکه ISO[19] ۱٤۰۰۰، ISO[20] ۳۱۰۰۰، ISO[21] ٤۵۰۰۱، ISO[22] ۱۸۰۰۱، او نور، یو شرکت کولای شي دا تضمین کړي، چې نښې یې په ټولنیز او چاپېریالي ډول مناسبې او په اخلاقي ډول غوره کړنې رعایتوي.

دا قوانین ښایي د دوو هېوادونو تر منځ او د دوو چاپېریالونو تر منځ سره توپیر ولري؛ خو دوی د موضوعاتو یوه پراخه لړۍ تر پوښښ لاندې نیسي، چې CSR یا د یو رضاکارانه مکلفیت په بڼه او یا د ټولنیزو ګټو لپاره د یو هڅول شوي عمل په توګه اداره کوي. هندوستان لومړنی هېواد و، چې د CSR حکم یې صادر کړ؛ دې هېواد د ۲۰۱۳ ع. کال د کمپنیو قانون تصویب کړ، د دې قانون له حکم سره سم له شرایطو سره د برابرو شرکتونو ۲٪ له مالیې څخه وړاندې ګټه (له مالیاتو پرته د شرکتونو د لګښتونو پر وړاندې د عوایدو محاسبه) به یا د هغه د خپل غیرانتفاعي بنسټ له لارې او یا د یو تړاو نه درلودونکي غیرانتفاعي سازمان له لارې د CSR پر فعالیتونو ولګول شي.

په ډېریو پرمختللو هېوادونو کې د شرکتونو له خوا خیریه بسپنې له مالیې څخه معاف دي، ځکه شرکتونه ښايي د امریکې د متحدو ایالتونو په څېر، "د دوی د مالیې وړ عوایدو څخه تر ۱۰٪"[23] پورې مالیه وضع کړي؛ د بېلګې په توګه: یو شرکت د ۱ میلیون ډالرو په ارزښت د مالیې وړ کلني عوایدو سره د دې توان لري، چې تر ۱۰۰۰۰۰ ډالرو پورې د خیریه موخو لپاره ولګوي او د همدې ورته مبلغ لپاره یو بشپړ اعتبار تر لاسه کړي. که چېرې کمپنۍ د یو مالي کال لپاره خپلې ګټې نه وي ثبت کړې، هغه نه شي کولای د خیریه ورکړې لپاره کوم څه وضع کړي؛ نو ځکه شرکتونه هڅول کېږي، چې په بشردوستانه بڼه چلند وکړي، څو د مالیې له هغه کسر څخه ګټه پورته کړي، چې د حکومت له خوا وړاندې کېږي.

۳.۳.۱ د CSR اټکل شوی راتلونکی

د CSR راتلونکی تکامل به د ټکنالوژۍ یو شمېر مهمو پرمختګونو پورې اړوند وي، چې د یوې مصنوعي ځیرکتیا او د اړیکو د غیردودیزې کړنلارې لکه فیسبوک، ټویټر او داسې نورو له لارې ارقامو او د معلوماتو شننې ته لار هواره کړي. پیرودونکي به وکړای شي، چې پرته له ځنډه د یو شرکت فعالیتونه کنټرول او د تولیداتو د ملاتړ او یا ردولو په اړه چټکه پرېکړه وکړي. د "اخلاقي پېرودونکو" شمېر به په راتلونکي کې دومره ډېر وي، چې کمپنۍ به دې ته اړتیا و نه لري تر څو په خپله "اخلاقي پېرودونکي" وټاکي. د حکومت هڅوونکي او مقررې به شرکتونه وهڅوي څو نور د "لږ اخلاقي" تولید لړۍ وړاندې نه کړي. له دې امله پیرودونکي به د شرکتونو د خدمتونو او تولیداتو پر بنسټ د هغوی د اخلاقي ماهیت په اړه اندېښمن نه وي؛ بلکې د خپل پام وړ محصول لپاره به یواځې په کوډونو او لوګوګانو، اتکاء وکړي لکه انرژي – ستار، Recycled, Fair-Trade Product او داسې نور (وایسر).

په عمومي توګه به د حسابدارۍ د منل شوو پروسیجرونو (GAAP) ته ورته په عمومي توګه د دوام منل شوې کړنې (GASP) رامنځته شي، چې د شرکتونو له خوا به د دوام د تضمین څرنګوالی وڅاري؛ نو ځکه معیارونو ته وفاداري به نوره رضاکارانه نه وي؛ بلکې الزامي به وي، شرکتونه باید په عمومي توګه د منل شوو معیارونو له لارې د دوامدار او په ټولیزه توګه منل شوي سوداګریز عملیات ومني (وایسر).

په مخ په وده نړۍ کې شرکتونه په هېڅ ځای کې هغو ستنډرډونو ته د رسېدو لپاره نږدې نه دي، چې د پرمختللې

17 https://utrechtjournal.org/articles/10.5334/ujiel.bz/
18 ISO 26000: د ټولنیز مسؤولیت د لارښود معیار
19 ISO 14000: د چاپیریالی مدیریت د لارښود د ستندردونو کورنۍ
20 ISO 31000: د خطر مدیریت
21 ISO 45001: مسلکي روغتیا او خوندیتوب
22 ISO 18001: د روغتیا او خوندیتوب مدیریت
23 https://www.quora.com/Are-corporate-social-responsibility-payments-donations-by-the-US-companies-tax-deductible-If-not-what-is-their-tax-status

نړۍ شرکتونو پر غاړه اخیستي دي، که څه هم د پرمختللو هېوادونو له خوا رامنځته شوي بدلونونه به د مخ پر ودې هېوادونو شرکتونه مجبور کړي تر څو دغه بدلونونه په سمه توګه تعقیب کړي. هغه MNCs چې مخ پر ودې هېوادونو کې فعالیت کوي د ملي شرکتونو لپاره به د نوو نظریاتو د لارښود رول ولوبوي او خورا ځانګړې، له کلتوري اړخه حساسې او په ملي کچه عملي لارې به تسهیل کړي څو د شرکتونو ثبات ته بنه ورکړي.

02

CSR په سیمه کې

۲.۱ CSR د منځنۍ آسیا په هېوادونو کې ۲۵
۲.۲ CSR په ایران کې ۲٦
۲.۳ CSR په پاکستان کې ۲٦
۲.۴ CSRپه هند کې ۲۷

۲. CSR په سیمه کې

په سیمه کې د CSR ارزونه د پرمختللو هېوادونو په پرتله په مخ پر ودې هېوادونو کې د CSR د بېلابېلو شرایطو په اړه درک په ډاګه کوي. " د سترې، منځنۍ او کوچنۍ کچې د فعالیت ارزول چې په ځانګړو چاپېریالونو کې شتون لري[۲۴] " د هغو مسایلو په درک کې خورا مهم رول لوبوي، چې په مخ پر ودې هېوادونو کې د له مینځه تللو له ګواښ سره مخامخ دي. سیمه ییز او همدارز سازماني توپیرونه د CSR د ارزونې ډېریو اړتیاوو ته ځواب وایي، چې په پایله کې به له هېوادونو سره مرسته وکړي څو خپل د CSR لارښودونه او پالیسۍ طرح کړي. په افغانستان کې د CSR په اړه په دې رساله کې ډاکټر سمیرعزیزي په دې باور دی، چې د CSR کړنلارې په مخ پر ودې هېوادونو کې او همدارز په سیمه کې د MNCs او ډېرۍ د دوی د "Anglo-Saxon" (هغه مدرنې ټولنې چې د انګرېزانو له دودونو څخه اغېزمنې شوې دي) مخینې له یو ترکیب څخه اغېزمنې شوي دي او ځایي لوبغاړي د CSR هغه نوښتونه او کړنلارې کاروي، چې له کلتوري اړخه حساسې او په سیمه ییزه توګه د منلو وړ وي. په پایله کې د CSR وضعیت ته "د نړیوال ساده جریان پر ځای د ملي سازماني وضعیت له خوا بڼه ورکول کېږي..... دا متضاد فشارونه او د نړیوالې همپالنې د پېچلتیا او د ځایي توپیرونو تر منځ مقابله ډېرۍ وخت په بېلابېلو هېوادونو کې د CSR د نوي او ځانګړي سیستم د پراخېدو په مفهوم تعبیرېږي."

" د MNCs د CSR ډېرې ځرګندې بڼې غوره کوي، په داسې حال کې چې د کوچنیو او منځنیو کمپنیو بیا ناڅرګنده بڼې غوره کوي. په کوم ځای کې چې د پام وړ نړیوال سازماني فشارونه په هېوادونو کې د MNC د CSR د فعالیتونو بڼې ورکولو ته دوام ورکوي، دا د شرکتونو ملي سیستم، ځایي کلتور او مذهبي نورمونه او د پام وړ بنسټونه دي، چې په ګډه د SME او CSR فعالیتونو ته بڼه ورکوي."

په بېلا بېلو هېوادونو کې په CSR کې د ونډې بېلابېلې کچې هم خپل ځان په هغو ګامونو کې ځرګندوي، چې د بېلابېلو لوبغاړو له خوا اخیستل شوي ترڅو د CSR نوښتونه وړاندې او په خپله ټولنه او ونډه والو بېلابېلې اغېزې پرېږدي.

د افغانستان شاوخوا سیمه ډېره متنوع او د دې سیمې اقتصادي پراختیا هم ډېره سره توپیر لري. په داسې حال کې چې هندوستان لږ تر لږه د ټکنالوژیکې او اقتصادي پراختیا له نظره کابو د لومړۍ - نړۍ د هېواد په توګه ګڼل کېږي، پاکستان او ایران په نسبي ډول فعال څرګندېدونکي بازارونه دي. د خلیج فارس هېوادونه د تېلو شتمنۍ ته د پام وړ لاسرسي لري، چې دې ورسره مرسته کړې ترڅو د ټکنالوژۍ د پرمختګ په برخه کې پانګونه وکړي او سلګونه لومړۍ درجه نړیوال شرکتونه خپلو مارکېټونو ته راجلب کړي. له بل لوري تاجکستان، ازبکستان، قرغزستان او ترکمنستان تر یوه بریده پرمختللي هیوادونه دي؛ خو د نړیوالو شرکتونو په جلبولو کې او له دې سره د خپلو سوداګریزو لارو چارو په ترسره کولو کې شاته پاتې دي. افغانستان د تېرو ۴۰ کلونو لپاره په جګړه کې راګیر هېواد دی، سم لور ته یې ځینې ګامونه اوچت کړي دي او CSR په تدریجي ډول په دې هېواد کې ډېر شهرت تر لاسه کوي. را روان څېرکي د هغې ډلې هېوادونو په ځانګړو حالتونو باندې عمومي نظر اچوي، چې د CSR له نظره ګډې اړیکې لري. [۲۵] دلته موخه یوه ارزونه ده او که چېرې افغانستان غواړي په خپل هېواد کې CSR ته پراختیا ورکړي؛ نو دا د هېواد له شرایطو او کلتوري مخینې سره یوه سمون لرونکې لارښوونه ده.

۲.۱ CSR د منځنۍ آسیا په هېوادونو کې

CSR د تاجکستان، ازبکستان، ترکمنستان، قزاقستان او قرغزستان په ګډون د منځنۍ آسیا په هېوادونو کې یوه نوې خو د ودې په حال کې مفکوره ده. اوسمهال د CSR ډېرۍ فعالیتونه د MNCs له خوا تر سره کېږي، چې خپله نړیواله اجنډا او پروسې تعقیبوي. تاجیکستان او قزاقستان د CSR د عملي کولو لپاره ځیني د پام وړ ګامونه اخیستي دي، په داسې حال کې چې داسې ښکاري، د دې سیمې نور هېوادونه لا هم د خپلې ودې په لومړنیو پړاوونو کې دي. په قزاقستان کې د اقتصادي همکاریو او پراختیا سازمان (OECD) [۲۶] د دې هېواد لپاره د CSR یوه ملي تیوري تسوید کړې ده، چې د حکومت له لوري منل شوې ده. د سوداګرو ملي خونې خپل یو شمېر ټولنیز پروګرامونه پیل کړي دي او د ځارنې او پلې کېدو ستراتیژۍ یې جوړې کړي دي. په تاجیکستان کې د آغا خان بنسټ، د ۲۰۱۰ کال په لومړیو کې له مهمو سوداګریو سره چې په هېواد کې د CSR لپاره ظرفیت لري د ګردي میز یو بحث په لار واچاوه.[۲۷] دغه بحث په دې برخه کې له لومړنیو نوښتونو څخه یو نوښت و او په تېرو نهو کلونو کې یې د پام وړ ملاتړ هم تر لاسه کړ. ازبکستان، ترکمنستان او قرغزستان لا تر اوسه د CSR جدي ملي پروګرامونه نه دې پیل کړي؛ نو ځکه د دوی د CSR فعالیتونه اوسمهال په خپله د پرمختیا په حال کې دي، چې د MNC د پالیسیو او عملیاتي اړتیاوو له لارې هڅول کېږي، [۲۸] نه د کومې ملي پالیسۍ له خوا؛ او نه د چا له خوا لارښوونه کېږي. د CSRد فعالیتونو لپاره

24 "په افغانستان کې CSR: په محدودو ایالتي سیمو کې یوه نړیواله اجندا" د سمیر عزیز او دیما جمالي لیکنه، د نړیوالې شرکتونو د څېړنې د سویلي آسیا ژورنال، ۵(۲) ۱۶۵-۱۸۹

25 د خلیج فارس هېوادونه ځکه نه دي په نښه شوي چې د هغوی د CSR د پام وړ پراختیا کړې ده، نو ځکه هغوی د لومړۍ نړۍ له هېوادونو سره ډېر د پرتلې وړ دي.

26 https://primeminister.kz/en/news/finansi/kazahstan-mozhet-stat-liderom-tsa-v-sfere-razvitija-korporativnoj-solidarnoj-otvetstvennosti-oesr

27 https://www.news.tj/en/news/akf-promotes-corporate-social-responsibility-tajikistan

28 ګډ ټولنیز مسؤولیت په قرغزستان کې د عامه اړیکو د یوې وسیلې په توګه، د کمیلا الیوا لیکنه، د منځنۍ آسیا امریکایي پوهنتون، د ژورنالیزم او ډله ایزو اړیکو څانګه (د ۲۰۱۳ کال د اپریل میاشت)

په ځانګړي ډول د چاپېریال ساتنې په برخه کې رپوټ ورکول، ستونزمنه، په فساد او کمزورۍ ورتیا اخته ده، له همدې امله د CSR د ریښتیني اغېزې اندازه کول که چېرې ناشونې نه وي؛ خو ستونزمنه برېښي.[29] داسې ښکاري، چې د دې سیمې په کچه بشردوستانه کړنې او د خیرات ورکړې د CSR د فعالیتونو د ترسره کولو یواځینی ځای دی. په منځنۍ آسیا کې د CSR د څرګندوالي او درناوي په چوکاټ کې ځانګړي سازمانونه راڅرګند شوي دي او له هغو شرکتونو څخه ملاتړ کوي، چې د CSR پروګرامونه پیل او پلي کوي. د دې سازمانونو له ډلې څخه یو یې "CSR سنټرال ایشیا" دی، چې د اسنادو له مخې دغه سازمان "د ټولنې او سوداګریو تر منځ د همکارۍ د یو مرکز په توګه رول لوبوي، او داسې پروژې او پروګرامونه پلي کوي، چې له ټولنیزې، چاپېریالي او اقتصادي اغېزمنتیا سره مرسته کوي[30] ". دا سازمان (CSR سنټرال ایشیا) ښايي په افغانستان کې د کاپي کولو لپاره یوه غوره طرحه واوسي.

۲.۲ CSR په ایران کې

په ایران کې CSR لا هم د خپل ژوند په لومړنیو پړاوونو یعنې کوچنیوالي کې ژوند کوي. د مالیزیا د سین د پوهنتون[31] د مدیریت په پوهنځي کې ځې ږونکې مهران نجاتي په وینا، د پوهاوي د پام وړ عامه او ګډو پروګرامونو ته اړتیا ده تر څو د ټولنیزې پراختیا د یوې وسیلې په توګه د CSR د ډېرې کارونې لامل وګرځي. نجاتي فکر کوي، چې تولیدي صنایع د خدماتي سازمانونو[32] په پرتله ډېری په CSR کې بوختې دي، که څه هم د هغه د څېړنې پایلې د لږ شمېر داسې شرکتونو پورې محدودېږي، چې په واقعیت کې د CSR فعالیتونه وړاندې کوي.

په ایران کې د CSR ماهیت په نسبي ډول بې ساري دی. د ایران شرایطو ته په مستقیم ډول د غربي طرحې لېږد یوه ننګونه ده (فاطم مدبر[33]). که څه هم د ایران په شرایطو کې د غربي CSR پلي کول به یو معقول کار وي. ملګرو ملتونو د ثبات او ټولنیز پیوستون په شرایطو کې له CSR څخه د ملاتړ په موخه یو لړ پروګرامونه پیل کړي دي. د MNCs، حکومت او ملګرو ملتونو (UN) د ادارو له خوا هم ځینې د پام وړ هڅې رواني کړي دي، چې په ټولنه کې د CSR ونډه ډېره کړي او شرکتونه په اغېزمن او منظم ډول ښکېل کړي، تر څو ټولنیزې خیر ښېګڼې تر لاسه کړي.

په ایران کې اوسمهال CSR د بشر پالنه او کلتوري/ سپورتي مناسبتونو، د طبیعي ناورینونو لپاره د بسپنو، د ښوونځیو، جوماتونو، روغتونونو جوړولو او نورو څخه ملاتړ کوي (مدبر، ۲۰۹). په هغه ځای کې چې د CSR یو پروګرام دی، د کیفیت لرونکي مدیریت د چوکاټ لپاره له اروپايي بنسټ سره سمون لري. له هغې پرته د خمس، ذکات او وقف په څېر د اسلامي دودونو له خوا یې لارښوونه کېږي.

۲.۳ CSR په پاکستان کې

پاکستان، د ګڼ شمېر نورو مخ په وده هېوادونو په څېر CSR ډېری په بشردوستانه بڼه کاروي؛ نو ځکه یواځې د CSR د لیدلوري یوه کوچنۍ برخه تر پوښښ لاندې نیسي. د CSR په دې ډول نوښتونو کې روغتونونو ته د درملو او زده کوونکو ته د سکالرشیپونو برابرول، د طبیعي ناورینونو پر مهال د مرستو د توکو وېشل او د هېواد په ښاري او کلیوالو سیمو کې د ټولنې له پراختیايي پروګرامونو سره مرسته شاملېږي . د سیمې نورو هېوادونو ته ورته، د CSR په هکله د عامه[34] پوهاوي کچه خورا محدوده ده. داسې ښکاري چې CSR ته کومه منظمه کړنلار نه شته؛ نو ځکه د ملګرو ملتونو د نړیوالې اغېزې اصول په بشپړه توګه نه دي په نښه شوي. پاکستان د خپلو ګاونډیانو په څېر یوه کلتوري مخینه لري، چې شرکتونه په بشردوستانه بڼه چلند کولو ته اړ باسي.

د ۲۰۱۶ کال د بشردوستو شرکتونو[35] یوه سروې ښيي، چې د بشر دوستۍ لپاره د پاکستان د مرکز له خوا تر سره شوې وه، یاده سروې د ۲۰۰۰-۲۰۱۶ کلونو په ترڅ کې د عامه کمپنیو(PLCs) له خوا تر سره شوې ټولیزه بسپنه له ۳۲ برابره څخه ډېره شوې ده او په ټولیزه توګه له مالیې وړاندې د خپلو عوایدو (PBT) ۰.۷٪ د CSR له اړوندو فعالیتونو سره مرسته کړې ده. ۵۱٪ عامه کمپنۍ (PLCs) د بشر پالنې په فعالیتونو کې ښکېل دي. کابو ۲۳٪ شخصي نا لسټ شوو کمپنیو (PUCs) او ۲۶٪ شخصي لسټ شوو کمپنیو (PvLC) په بشردوستانه فعالیتونو کې ګډون درلود. د شخصي نا لسټ شوو کمپنیو (له ۴۷۴ څخه ۱۰۹) کابو۰.۸۶ میلیارده پاکستانۍ روپۍ بسپنه کړې، په داسې حال کې چې شخصي لسټ شوو کمپنیو (له ۳۶۰ څخه ۹۴) ۱.۳۳ میلیارده پاکستانۍ روپۍ یې په ۲۰۱۶ کال کې مرسته کړې ده. د ۲۵ مهمو کمپنیو ونډه چې په CSR کې یې ګډون کړی ۸۰٪ د عامه کمپنیو (PLCs) لپاره او ۸۸٪ د عامه نا لسټ شوو کمپنیو (PUCs) او ۹۳٪ د شخصي لسټ شوو کمپنیو (PvLCs) لپاره ده. د ۶۰۸ میلیون پاکستاني روپیو له بسپنې سره د تېلو او ګازو استخراج یو ستر مرسته کوونکی فرعي سکټور دی.

29 "د منځنۍ آسیا د کانونو په صنعت کې د چاپېریال ګډو مسؤولیتونو یوه ارزونه" د استیلا سنودن لیکنه، د ایډنبورګ پوهنتون، د ایډنبورګ طبي پوهنځي، بایو میډیکل ساینس

30 http://csr-ca.com/en/about/about-csr-ca/

31 https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17471111211272552

32 https://www.researchgate.net/publication/258049478_Corporate_Social_Responsibility_in_Iran_from_the_Perspective_of_Employees/download۳۲

33 "په یو مخ په ودې هیواد کې د ګډ ټولنیز مسؤولیت پلي کول - د ایران ارزونه "، فاطم مدبر

34 "په پاکستان کې ګډ ټولنیز مسؤولیت: د دې وضعیت او مخ ته پرتې لارې"، د آلبورګ د پوهنتون د مشتاق علي جریکو او تام بورسا، او د سند د پوهنتون عاشق علي جها تیل، جمشور، ۲۰۱۶

35 http://pcp.org.pk/uploads/CP_Report_2018_printed.pdf

د ایران او منځنۍ آسیا هېوادونو په پرتله د CSR د وضعیت په اړه په پاکستان کې د پام وړ ډېرې څېړنې شوي دي. په پایله کې د نورو هېوادونو په پرتله د پاکستان لپاره د CSR په اړه ډېر معلومات د لاسرسي وړ دي. یوې څېړنې[36] د پټرولیم، بانکداری، تیلیکام، رسنیو، کېمیاوي سرو په ګډون د بېلابېلو صنایعو پر بنسټ د پاکستان لپاره یو لړ شاخصونه برابر کړل. د همدې څېړنې له مخې د پاکستان حکومت لا تر اوسه هم نه د CSR اړوندې پالیسۍ ترتیب کړې او نه یې هم د CSR اړوند فعالیتونه کنټرول کړي دي. شرکتونو هم د CSR د فعالیتونو د عملي کولو او تنظیمولو لپاره کوم سیسټمونه نه دي رامنځته کړي، چې د دوی د ونډو د اغېزې او دوام د یوې مناسبې اندازه ګیرۍ لپاره یې لار هواره کړې وای. د CSR د فعالیتونو په اړه د رپوټ ورکولو نړیوال معیارونه لا هم د پاکستان د ځانګړي کلتور او اقتصادي وضعیت په پام کې نیول اړین بولي څو د خپل CSR د فعالیتونو ورتیا او ارزښت تضمین کړي.

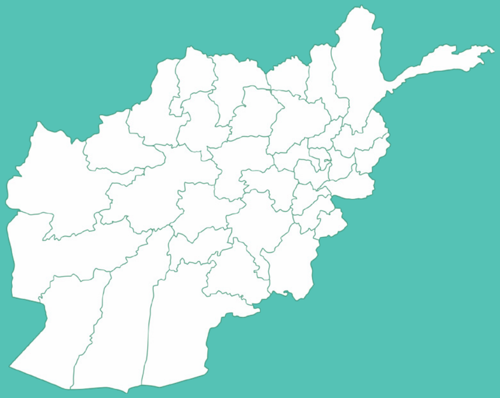
۲.۴ CSR په هند کې

هند د دې سیمې د نورو هېوادونو په پرتله په پام وړ توګه د CSR یو ښه وضعیت ته رسېدلی دی. د هند ۲۰۱۳ د کمپنیو په قانون کې چې د ۱۹۵۶ د کمپنیو د قانون ځای نیوونکی دی، CSR د هغو کمپنیو لپاره اجباري شو، چې له لاندېنیو شرایطو څخه یې هر یو پوره کوي: الف) له ۵ میلیارد روپیو څخه ډېر خالص ارزښت، ب) له ۱۰ میلیاردو روپیو څخه ډېر د معاملاتو کلنی دوران، یا ج) لږ تر لږ د ۵۰ میلیونو روپیو کلنی خالص عاید. که چېرې یوه کمپنۍ له دې درې شرایطو څخه هر یو پوره کړي، چې د "درې ګونو – لاندنیو- کرښو - کړنلارې" (TBL) په نامه پېژندل کېږي، باید یوه کمېټه جوړه شي، تر څو د دوی د CSR ژمنه عملي او د CSR پالیسي تأیید، د هغې پلي کېدل تضمین کړي همدارنګه په خپل رپوټ کې د CSR د پالیسۍ منځپانګه په ډاګه او د کمپنۍ پر ویب پاڼه هم خپاره شي او دا تضمین کړي، چې په قانوني ډول دغه ټاکل شوې پیسې د کمپنۍ له خوا د CSR پر فعالیتونو لګېدلې دي.[37] په یادو فعالیتونو کې ښایي د بېوزلۍ له منځه وړل او اړوند فعالیتونه، د ښوونې هڅول، د جندر برابري او اړوند فعالیتونه، د چاپېریال د ثبات تضمین، د ملي میراثونو ساتنه او نور ورته فعالیتونه شامل وي.

ځکه چې هند CSR ته TBL کاروي، سهوراب کمار طمع لري، چې په هند کې د شرکتونو ورکړه به په کال کې له کابو ۶۰۰ میلیون ډالرو ۲ میلیارد ډالرو ته ورلوړه شي. کمار رپوټ ورکوي، چې د غیرحکومتي سازمانونو له خوا وړاندې شوي معلومات ښیي، په ۲۰۱۷ کال کې پر CSR لګېدلې پیسې د تېر کال په پرتله ۲۰٪ ته لوړې شوې دي او د دې پیسو د نه ورکوونکو شمېر د تېر کال په پرتله چې ۴۴٪ و ۳۶٪ ته راټیټ شوی دی، له ۱۰۰ سروې شوو کمپنیو کابو ۳۳٪ هم ښودلي، چې د خپلو خالصو عوایدو له ۲٪ څخه ډېرې (له حکم څخه ډېرې) یې د CSR د فعالیتونو لپاره لګولي دي. دا شمېرې د حکومت له خوا د الزامي CSR د فشار پر وړاندې د ودې په حال کې تأیید او توافق په ډاګه کوي.

د هندیانو تجربه په ټولنیزو مسؤلیتونو کې یو ستر لوړوالی ښیي، چې د شرکتونو له خوا ځرګند شوی دی.
که څه هم له شرایطو سره برابر شرکتونو له ۳/۱ څخه ډېره برخه لا هم له خپلو ټولنیزو مسؤولیتونو څخه سرغړونه کوي او دا په دې معنی ده، چې د ښو قوانینو، مقررو او پروسو همدا راز د ښه رپوټ ورکولو او تنفیذ پر وړاندې لا هم اوږده لار پرته ده. د مالي مرستو د باور وړ تر لاسه کوونکي او د اعتبار وړ پروګرامونه، د پیاوړي پوهاوي رامنځته کولو او ښوونیزو هڅو سره په ګډه باید شتون ولري ترڅو شرکتونو ته له هغه فرصتونو څخه ګټه پورته کول آسانه کړي، چې CSR یې دوی ته او په لوړه کچه یې ټولنې ته وړاندې کوي.

36 http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.920.6032&rep=rep1&type=pdf
37 https://blog.ipleaders.in/csr-laws-india/



03

CSR په افغانستان کې

۳.۱ په افغانستان کې د ټولنیز مسؤولیت مذهبي او کلتوري مخینه ۳۱

۳.۳ په افغانستان کې د CSR اوسنی وضعیت ۳۳

۳.۳.۱. په افغانستان کې د CSR مدیریتي او حقوقي وضعیت ۳٤

۳.۳.۲ د حکومتي چارواکو له خوا له CSR څخه ملاتړ ۳٤

۳.۳.۳ په افغانستان کې قانوني چاپېریال ۳٤

۳.۳.۳.۱ اساسي قانون ۳٤

۳.۳.۳.۲ د افغانستان د شرکتونو قانون ۳۵

۳.۳.۳.۳ د کار قانون ۳۵

۳.۳.۳.۴ د چاپېریال قانون ۳۵

۳.۳.۳.۵ د کانونو د کیندنې قانون ۳٦

۳.۳.۳.٦ د حسابدارۍ مقررې ۳٦

۳.۳.۳.۷ د مالیې قانون ۳۷

۳. CSR په افغانستان کې

د صادراتو د اداري په وینا:

" «د سوداګرۍ د مسؤولانه چلند» د اصطلاح په اړه په افغانانو کې پوهاوی د ودې په حال کې دی؛ خو حکومت ستري کمپنۍ او بهرني پانګوال په CSR کې د پانګونې لپاره هڅوي. د کانونو د کیندنې سترو تړونونو کې د چاپېریال ساتنې او د ټولنې د ښکېلولو لپاره شرایط شامل دي. د ۲۰۱۴ کال د اکتوبر په میاشت کې د کانونو د کیندنې یو هر اړخیز قانون تصویب شو، چې د کانونو د کیندنې تړون کوونکي په دې مکلفوي تر څو له هغو ځایي خلکو سره مشوره وکړي، چې د کان کیندنې له امله اغېزمنېږي، همداراز د ټولنې د پراختیا یوه هوکړه پلې کړي، چې د شرکت د چاپېریالي او ټولنیزو اغېزو د ارزونې جزئیات پکې شامل وي. قانون د کانونو د کیندنې د سکټور له کمپنیو څخه غواړي، چې د کانونو د ویستلو د عملیاتو پر مهال له لرغونو او کلتوري آثارو څخه تر هغه وخته ساتنه وکړي، تر څو چې افغان حکومت یې له هغه ځایه راباسي."

دغه ماده دا هم وایي:

"د ګرځنده تیلفونونو د یو شمېر سیالۍ کوونکو شبکو کمپنۍ د عامه لاسرسۍ په موخه د CSR یو شمېر ښه جوړ شوي پروګرامونه لري، چې روغتیا، ښوونه، د دندو رامنځته کول، چاپېریال ساتنې او د مهاجرینو هر اړخیز لاسرسۍ پکې شاملېږي؛ د بېلګې په ډول: په افغانستان کې د تیلکام ستره کمپنۍ روشن، چې د ستري برخې مالک یې د اقتصادي پراختیا لپاره د آغا خان صندوق دی، د خپل ټولنیز مسؤولیت د ماموریت له امله یې اعتبار تر لاسه کړی دی، چې Forbes او B Lab پکې شامل دي، یادې کمپنۍ په ۲۰۱۵ ع. کال کې د نړۍ له ١٦ په منځنۍ کچې تر ټولو غوره» کمپنیو څخه وه. سربېره پر دې ځینې افغان سوداګر لکه احسان الله بیات، برکت ګروپ، غضنفر ګروپ، عزیزي هوټک، او الکوزی ګروپ، خپل بنسټونه لري، چې د روغتیا، ښوونې، او د بېوزلۍ د له منځه وړلو په برخه کې پروګرامونه لري. "

د CSR مالیه د ډېرو کلونو راهیسې د حکومت د مقرراتو برخه ده. له دې سره سره دغه فعالیتونه هڅکله د CSR د اړوندو فعالیتونو په توګه نه دي پېژندل شوي؛ د بېلګې په توګه: د افغاني سرې میاشتې ټولنه (ARCS) هېواد ته د ټولو راواردو شوو توکو د ۲٪ مالیې، ۱۰ افغانۍ پر هر صادر شوي پاسپورټ او د نقلیه وسایطو یو فیس چې د سرې میاشتې د اونۍ د لمانځلو پر مهال په کال کې یو ځل د دې وسایطو د خاوندانو له خوا ورکول کېږي، د ټولو یادو موضوعاتو په ګډون د یو شمېر مالیاتو مستقیمه ګټه اخیستونکې ده. په دې توګه د خیریه موخو لپاره د ټولنې پر بېلابېلو برخو د یوې مالیې وضع د حکومت او په پراخه کچه د ټولنې له خوا عملي، تأیید او ستایل شوې ده. دا هغه مالیې دي، چې پر مټ یې د سرې میاشتې ټولنه په افغانستان کې له خپلو عملیاتو سره مرسته کوي. یاده بېلګه د افغان مارکېټ په نورو سکټورونو کې د CRS د مالیې د وضعې لپاره د فرصت یوه کړکۍ پرانیځي.

له دې مثبتو پرمختګونو سره سره افغانستان دCSR د یو فعال، منظم او دوامدار سکټور پر لور اوږد مزل په مخ کې لري. په وروستیو څېړکو کې به مو ر د حکومتي چاروا کو، شرکتونو، غیرحکومتي سازمانونو (NGO) او د پوهنتونونو د استازو، غبرګونونه او لومړیتوبونه هم وارزوو، چې ښایي پر CSR د ممکنه جبري مالیې پر وضع کېدو او د CSR د نوښتونو د لاربښوونې په اړه بېلابېل نظرونه ولري.

۳.۱ په افغانستان کې د ټولنیز مسؤولیت مذهبي او کلتوري مخینه

د افغانستان ستر اکثریت مسلمانان دي. اسلام په کلني ډول د هر وګړي له کلنۍ سپما څخه د ۲.۵٪ زکات (د بېوزلو حق) د ورکړې حکم کوي. په داسې حال کې چې زکات یو مذهبي حکم او جبري خیریه ورکړه ده، صدقه، یا په محلي اصطلاح «خیرات» یو رضاکارانه عمل دی، چې په دین او افغانستان کې یې پیاوړې سپارښتنه یې شوې ده. لکه چې په سریزه او په ۲.۲ برخه کې پرې اوږد بحث شوی دی، د ټولنیز مسؤولیت مذهبي حکم په ژوره توګه په ټولنه کې ریښې لري، د مسلمانانو له خوا پرته له ریا جدي نیول شوی او د افغانستان په نوي عصر کې د CSR مهم هڅوونکی دی.

شرکتونو ته د مذهبي او کلتوري حکمونو پر وړاندې کومه استثنا نه شته او په دودیزه توګه په هغو فعالیتونو کې ښکېل دي، چې ټولنیز مسؤولیتونه ښیي. سره له دې ډېری وختونه ټولنیز مسؤولیتونه خیریه ورکړو او د ټولنې د پراختیا ځینې لومړنیو هڅو پورې محدود دي، ځکه چې د ټولنیزو مسؤولیتونو د ښکاره کولو لپاره په پراخه توګه بدیل ځایونه نه دي اعلان شوي او د چاپېریال ساتنې، د کاري چاپېریال خوندیتوب، برابر کاري فرصتونو، د مدیریتي او حقوقي چاپېریال ملاتړ، د کارکوونکو، پېرودونکو او شریکانو د درناوي او عزت اساسي اصولو د رعایت او همداراز هغه فکتورونه چې د CSR د یوه مناسب او اسلامي پلان برخه ده، په سمه توګه نه دي په نښه شوي.

افغانستان لا هم په جګړه کې یو ګېر هېواد دی. له

همدې امله حکومت د هېواد په ټوله برخه واکمني نه لري او هغه خدمتونه چې خلکو ته وړاندې کېږي هم بسیا نه دي، په ځینو سیمو کې ورک کېږي او په ځینو سیمو کې دغه مرستې نیمګړې دي. له همدې امله د حکومت له خوا د خدمتونو په وړاندې کولو او مدیریت کې د هرې تشې د ډکولو لپاره د غیر دولتي لوبغاړو لکه غیرحکومتي سازمانونو، مدني ټولنې او د MNCs په ګډون خصوصي شرکتونو ته اړتیا لیدل کېږي. د ډاکتر سمیر عزیزي په وینا ، د غیردولتي لوبغاړو ښکیلېدل " له رسمي ځایونو څخه دولت محوره تصور بل لور بیایي د هغو خاصو دولتي جوړښتونو شتون تأییدوي، چې د سوداګریزې ټولنې او په دې توګه د CSR اړیکو ته بنه ورکوي". سربېره پر دې، " پر غیردولتي لوبغاړو ټینګار هغه مهم رول په ډاګه کوي، چې د شرکت ارزونه یې د سوداګریزې ټولنې په اړیکو کې ... د دولت له ښکېلتیا سره یا پرته له هغې یې لري." نو ځکه غیردولتي لوبغاړي ډېر امتیاز تر لاسه کوي او د "مانورکولو لپاره ډېر ځای لري او په ملي جوړښتونو اغېز ښندي" که چېرې د شرکتونو په ګډون داسې لوبغاړي د یو ښه رول ښودل وټاکي. له دې امله د خلکو پاملرنه او طمې یواځې پر حکومت له تکیې څخه را اړول کېږي او د شرکتونو په څېر نور غیردولتي لوبغاړي د خلکو د بنسټیزو اړتیاوو د پوره کولو لپاره د خدمتونو او تولیداتو د وړاندې کولو د سرچینې په توګه د مرستې په دې لسټ کې شاملېږي. افغانستان له یو "کمزوري رسمي جوړښت" سره، د CSR لپاره یو ښه نوماند دی ترڅو په اغېزمنه توګه خلکو ته د خدمتونو د وړاندې کولو تشې په نښه او بنه ورکړي.

په افغانستان کې د مخابراتو صنعت د نوي عصر CSR پیلوونکی دی او په دې توګه یې ارزونه اړینه ده. په افغانستان کې څلور مخابراتي کمپنۍ دي، چې دوه یې افغان بیسیم (AWCC) او روشن ملي بنسټونه دي، په داسې حال کې چې دوه یې ګڼ ملیتیزه کمپنۍ (MNCs) دي (اتصالات او MTN). په ګډه، ټولې څلور کمپنۍ په افغانستان کې په مستقیمه په بهرنۍ پانګونه کې د "۲.۴ میلیارد ډالرو څخه د ډېر پیسو لپاره مسؤول دي" (عزیزي). د GDP کابو ۴۰٪ ونډه د خدماتي سکټورونو له خوا شوی، چې د مخابراتو صنعت پکې تر ټولو مهم ونډه وال دی. یاد صنعت په کال کې په منځني ډول ۱۳۹.۶میلیون ډالر په مالیه کې ونډه لري او ۱۰۰۰۰۰ خلک یې پر دندو ګمارلي (عزیزي) دي.

د عزیزي په وینا "د CSR موضوع چې د څلورو شرکتونو له خوا مطرح شوې ده دوه مهمې ځانګړتیاوې لري. لومړی: دا د دې لپاره په زړه پورې ده، چې اکثراً پراخه ټولنه او یا د ټولنې موضوعات په نښه کوي، په ځانګړي ډول ځایي ټولنو ته څه په ښاري او څه په کلیوالو سیمو کې مناسب دی؛ یا په بل عبارت: د دې شرکتونو لپاره کورني موضوعات لکه کار، د کار شرایط، او د تدارکاتو د سیستم مسایل د CSR د څرګندو موضوعاتو له نظره د اجنډا په سر کې نه دي. دویم: په ټولنه پورې اړوندې دې کړنلار کې د دې شرکتونو له خوا د CSR مطرح شوي موضوعاتو کې ځیني بدلونونه لیدل کېږي. په داسې حال کې چې ټولې مخابراتي کمپنۍ په څرګند ډول ځیني موضوعات لکه د ټولنې پراختیا، ښوونه/ ظرفیت لوړول او ام- خدمتونه په نښه کوي؛ خو دوی ټول بیا پاتې موضوعات نه په نښه کوي..."

ځکه چې " نه اوسنی ملي مدیریتي چوکاټ او نه د صنعت په کچه پالیسۍ CSR د یو اجباري مکلفیت یا لارښود په توګه په نښه کوي" او " د مدني ټولنې ځایي بنسټونه د سوداګریزې – ټولنې د اړیکو په تړاو پر شرکتونو فشار نه راوړي"، شرکتونه په خپله خوښه پرېښودل شوي دي، چې په هېواد کې د هر ټولنیز مسؤولیت نوښت پر غاړه واخلي. په پایله کې ویلای شو، په داسې حال کې چې دواړه MNCs ته د ګډ مرکزي دفتر له خوا د جبري فشارونو له لارې لارښونه شوې وه خو د CSR په ښه توګه تعریف شوي او اغېزمن ډول – پلي شوي نوښتونه ولري، دوه یاد ملي شرکتونه (افغان بېسیم او روشن) د خپلو داخلي لېوالتیاوو له لارې په ټولنه کې د ښکېلتیا لپاره هدایت شوي دي. سربېره پر دې،" تقلیدي پروسې" هم د CSR د ځینو خدمتونو پر وړاندې کولو کې مرسته کوي. عزیزي د روشن له خوا د M-Paisa د خدمتونو پیل ته اشاره کوي، کوم چې "په مستقیم ډول د کنیان مارکېټ څخه کاپي شوی دی چیرې چې (Vodafone) د موبایل د ټکنالوژي په پلي کېدا کې بریالی شوی دی". په افغانستان کې د بسپنه ورکوونکو د ملاتړ بله ښېګړه د ټولنې د ګټورو نوښتونو د چټک پیلوونکي په توګه د نوو پروژو په پیلولو کې مهمه ونډه لوبوي؛ د بېلګې په توګه: "په افغانستان کې د موبایل پیسې عملي کوونکې ټولنه (AMMOA)" له مالي اړخه د امریکا د پراختیایي ادارې (USAID) له خوا تمویل شوه څو د موبایل پیسې پروژې پراختیا وهڅوي".

افغان بېسیم لومړنۍ کمپنۍ وه، چې د افغانستان د مخابراتو مارکېټ ته دننه شوه او په ګډه له روشن سره د روزل شوو کارمندانو او د بسیا عملیاتي زېربناوو په برخه کې له پام وړ ننګونو سره مخ شوه. له همدې امله پر افغان بېسیم فشار راوستل شو څو خپل کار کوونکي وروزي او خپل ځانته د وېش کانالونه رامنځته کړي، چې په خپل وار سره "د CSR د فعالیتونو لپاره یې داسې لار هواره کړه، چیرې چې ښوونه، روغتیا او د خصوصي سکټور د پراختیا چارې د راتلونکو ممکنه کارکوونکو له خوا په نښه شول". عزیزي وړاندې جزئیات راسپړي، چې د ښوونیزې برخې کارکوونکو

د شرکتونو د CSR خدمتونه	افغان بیسیم	روشن	ام تي ان	اتصالات
روغتيا	د روغتون په جوړولو او سمبالولو کې مرسته، په امريکا کې د يوې افغانۍ مور او ماشوم په ژغورلو کې مرسته	د کارکوونکو لپاره د غاښونو او روغتيا کلينيک، ورکشاپونه او صحي بيمه، په درې دولتي روغتونونو کې ټيلي ميډيسن	د انجيو ګانو له لاسرسۍ ورهاخوا په ليرو پرتو سيمو کې د ټولنې روغتيايي مرکزونه، د نسايي روغتون د ملاتړ لپاره ګرځنده کلينيک	نه لري
د ټولنې پراختيا	د اوبو د ځاه رغول، ماشومانو او يتيم خونو سره نقدي مرستې، د ژمنۍ مرستې بستې، د بشر دوستانه مرستو او رهبرۍ افغان سمپوزيم، د نړۍ د ورځې نوښتونه، افغان باورۍ شبکه	له يتيم خونو سره مرسته، د يوې ځاه د جوړولو پروژه، د پامير د بريښنا پروژه، د اوبو د ځرک معلومونکۍ، د بديل معيشت پروګرام، ټلويزيوني پروګرامونه، د لوبو د ډګر پروژه، بيوزلو ته وړيا خواړه، د ستورو سندره	د پلونو جوړول او د اوبو د ځاګانو کيندل، د جګړې له امله داخلي بېځايه شوو سره مرسته	د ټولنيزې سوکالۍ پروژه، بيوزلو ماشومانو ته د خوړو د ويش کلنۍ پروګرام
پوهنه، ظرفيت لوړونه	د يتيم خونو له ښوونځيو سره مرسته، تعليمي مرکزونه، ښځو ته اعانې	د ښوونکو مشورتي لاين، په ۳۰ سيمو کې د انټرنټ له لارې د زده کړې مرکزونه، د ښوونځي جوړول، يو لپ ټاپ پر هر ماشوم، د روشن/سيسکو د شبکه جوړونې اکاډمي، د ښوونکو مشورتي لاين	زده کوونکو ته سکالرشيپ، د ښوونځيو او يتيم خونو په بيا رغونه کې ونډه	د فارغانو روزنيز پروګرام، له تعليمي بنسټونو سره د مرستې څو طرحې
د خصوصي سکټور پراختيا	د ښځو پر ځان بسيانه، د سوداګرۍ، عدالت او بشريت سره مالي مرسته	د ښځو د عامه ټيلفون غرفې	نه لري	د عامه ټيلفون مرکزونه، د معلولينو لپاره بايسکلونه
د سپورټ مالي ملاتړ	د بايسکل ځغلولو د سيالۍ مډال ګټوونکو سره مالي مرسته	د ځوانانو سپورټي مرکز، د فوټبال غوره ليګ	نه لري	د سپورټ مالي ملاتړ او د کرکټ له ملي لوبډلې ملاتړ
ديني چارې	په روژه کې د خوړو ويش	نه لري	نه لري	د ۳۸ جوماتونو جوړول، د قرآن د تلاوت کلنۍ سيالي، د حج ملاتړ
د ناورين مرستې	د ناورين مرستې	نه لري	بيړنۍ مرستې	نه لري
ام - خدمتونه	زما پيسې	معلومات، ام - پيسه	ام – ډاکټر, ام – مفتي, ام – وکيل, ام –پيسه	ام – حواله

دريم جدول: د څلورو مهمو مخابراتي کمپنيو له خوا وړاندې شوی ټولنيز خدمتونه

د کارګرانو د حقونو او هغو کارکوونکو ته د مرستې موضوع ياده کړه او د دوی د کار په پايله کې روښن لومړنۍ کمپنۍ شوه چې خپلو کارکوونکو ته يې خصوصي روغتيايي بيمه وړاندې کړې ده.

په افغانستان کې سيالي هم د CSR د فعاليتونو لپاره يو هڅوونکی دی؛ د بېلګې په توګه: روشن او افغان بيسيم د CSR د پروګرامونو او موضوعاتو په پيلولو کې د ټولنې پر پراختيا، ښوونه، روغتيا او نورو خدمتونو له پام وړ تمرکز سره له يو بل سره سيالي کوي. د دوی موخه له "پېرودونکو او په سيمه کې له ټولنو سره" چې دوی پکې فعاليت کوي او په هغو سيمو کې چې حکومت د هغو خدمتونو د وړاندې کولو جوګه نه وي د باور د اړيکو رامنځته کول دي(عزيزي).

له مخابراتي کمپنيو سره چې د ټولنيزې ښکېلتيا او ټولنيز مسؤوليت لپاره د بېلګې (رول موډل) په توګه کار کوي، ژر نورو شرکتونو خپل فعاليتونه پيل کړل. نن په افغانستان کې ټول مهم شرکتونه يا خالص بشردوستانه ټولنيز مسؤوليتونه يا د CSR يوه خورا پراخه نسخه عملي کوي.

که څه هم د علمي برخې څېړنې وښوده، چې په افغانستان کې CSR لا هم د ښوونيز بهير په اړوندو برخو کې د ښوونيز نصاب برخه نه ده. دا کمی ښايي CSR ته په ټولنه کې د پوره نفوذ د نه تر لاسه کېدو او د شرکتونو د لوبغاړو او پوهنتونو په منځ کې د فعاليتونو د يوې ګډې لارې په توګه د CSR په اړه د پوهاوي د ټيټې کچې له امله وي.

۳.۳ په افغانستان کې د CSR اوسنی وضعيت

په افغانستان کې، د CSR د سکټور لپاره د هڅونې، څارنې يا لارښوونې کوم سيستم شتون نه لري. له همدې امله شرکتونه له خپلې خوښې سره سم عمل کولو ته ازاد پرېښودل شوي دي.

سره له دې د کلونو په ترڅ کې، CSR ډېره منظمه بڼه غوره کړې ده، له همدې امله يو شمېر ستر شرکتونه په فعاله توګه يا د ځانګړې بشردوستانه بنسټ او يا د بازارموندنې د ځانګړې له لارې CSR تعقيبوي. مهم شرکتونه لکه برکت ګروپ، غضنفر ګروپ، عزيزي هوټک، او الکوزی ګروپ ځانګړې بشردوستانه بنسټونه يې رامنځته کړي دي، په داسې حال کې چې نورو لکه، عزيزي بانک، سرينا هوټل، ميهن سټيل، ظاهر پلاسټيک، موبي ګروپ، د افغانستان د غيرالکولي ښباکو صنايع او د افغانستان د بيمې شرکت په خپله بشر پالنه کارونه پر غاړه اخيستي دي او يا د مدني ټولنې له بنسټونو (CSOs)، غيرحکومتي سازمانونو (NGOs) او ښوونيزو بنسټونو سره همکاري کوي څو خپله د CSR ونډه

مصرف کړي.

د تېرو څو کلونو په ترڅ کې تر هرو شرایطو لاندې د CSR د پوهاوي کچه په پام وړ ډول لوړه شوې ده، "مقلد یا copycat" تقلیدونه د نوي پرمختګ برخې دي څو په هغه وخت کې چې کمپنۍ په پوره ډول سترې شي تر یو بریده د عامو خلکو پاملرنه د ځان پر لور واړوي. لږ تر لږه د پوهو ښاري خلکو په منځ کې داسې یو عمومي احساس موجود دی، چې ستر شرکتونه ټولنې ته د بېرته ورکړې مسؤولیت لري. له همدې امله چېرې چې ستر شرکتونه بشر پالنې کړنې نه لري، د ټولنې د "غیرمسؤولو" غړو په سترګه ورته کتل کېږي.

۳.۳.۱. په افغانستان کې د CSR مدیریتي او حقوقي وضعیت

په افغانستان کې د CSR د مدیریت لپاره قوانین، مقررات او قواعد شتون نه لري. له دې سره لکه چې دمخه وویل شول، د کانونو د کیندنې د سکتور د مهمو ترونونو د بحثونو پر مهال حکومت یو ترون کوونکي مجبوروي څو د چاپېریال، کلتوري او ټولنیزو میراثونو ساتنه او دوام او همدارز د پام وړ ټولنو اقتصادي پراختیا په پام کې ونیسي. دا ډول شرایط د کان کیندنې د قانون په ۷۷ ماده او د کان کیندنې د مقررې په ۱۵څپرکي کې د "چاپېریالي او ټولنیزې ساتنې" تر سرلیک لاندې تصریح شوي دي.

په دې مقررو کې دا هم تصریح شوي، چې د کان کیندنې کمپنۍ د کانونو له سپړلو وړاندې باید ساتل شوې سیمې تشخیص، د بودیجو او عملیاتي مهال وېشونو یو پلان او د زیانونو د کمولو یو پوره تمویل شوی پلان دې جوړ شي، ترڅو چاپېریال ته خورا لږ زیان اوښتل تضمین کړي. لکه څرنګه چې د کان کیندنې د مقررې د ۱۶ څپرکي په ۸۸ ماده کې تصریح شوي د کمولو دا اقدامات "د غوره کړنو د نړیوالو مکلفیتونو" پر بنسټ دي.

د کان کیندنې دغه قوانین او تر څنګ یې ځینې نور قوانین او داخلي مقررې (طرزالعمل) په نورو وزارتونو کې د چاپېریال او ټولنیزو جوړښتونو یا عناصرو ساتنه او پر وړاندې یې د زیانونو کمول اداره کوي، لا تر اوسه په یوه مشخصه موضوع پورې محدود او د ټولو شرکتونو او پانګونو لپاره یوه پراخه حل لاره (چې هر څه پکې شامل وي) نه وړاندې کوي. د شرکتونو او صنایعو د وزارت د یو چارواکي په وینا: د وزارتونو تر منځ ځینې داسې اسناد شته، چې د شرکتونو له خوا ټولنیز، اقتصادي او چاپېریالي ملاحظات هڅوي. سره له دې دا ډول ټول تصریحات په ماهیت کې رضاکارانه دي، په دوامدار ډول نه پلي کېږي او نه تر سره کېږي. له همدې امله شرکتونه کولای شي د خپلو کړنو او زیان لرونکو عملیاتو لپاره پرته له کوم مالي مسؤولیت چاپېریال او ټولنیزو عناصرو ته زیان ورسوي.

۳.۳.۲ د حکومتي چارواکو له خوا له CSR څخه ملاتړ

په اوسني وخت کې داسې کومې نښې نښانې نه لیدل کېږي، تر څو دا وښیي، چې حکومتي اداري د CSR اړوندو فعالیتونو لپاره کوم ډول امتیازي او یا زیات شوی ملاتړ وړاندې کړي. مالیاتي هڅوونکي نه شته او د دې ډول هڅوونکو د وړاندې کولو لپاره هم کوم ښکاره پلانونه نه شته. همدارز په دې اړه د عامه پوهاوي لوړولو اغېزمنې لارې چارې او یا هڅوونکی سیستم نه شته تر څو د ټولنیز مسؤولانه چلند لپاره شرکتونه وستایي. هغه حکومتي چارواکي چې موږ د دې ارزونې په موخه پوښتلي دي د شرکتونو له خوا د CSR له اړوندو فعالیتونو یې ستاینه کړې ده. له دې سره دوی څرګنده کړه، چې داسې څه نه شته تر څو حکومت یې ترسره کړي، یا یې تعقیب کړي یا د CSR د اغېزمنې هڅونې لپاره تعقیبي پلانونه جوړ، د CSR د پیل لپاره هڅوونکي وړاندې کړي یا د CSR شته فعالیتونو پراختیا ته اجازه ورکړي او تسهیل یې کړي. د CSR د فعالیتونو د اغېزمنتیا او د هېواد په کچه د هغو د دوامدار مدیریت د تضمین لپاره نه کومې هڅې شوې دي او نه هم کومې مقررې جوړې شوې دي. دا تشه لوبغاړو ته دا فرصت برابروي ترڅو د یو لړ مناسبو مقررو په ننګه لابي وکړي، چې په پایله کې یې د CSR د فعالیتونو کیفیت، شدت او اغېزمنتیا لوړه کړي.

۳.۳.۳ په افغانستان کې قانوني چاپېریال

د قانوني چاپېریال په ارزونه کې موږ غوره وګڼله څو یو لړ ځانګړو قوانینو ته کتنه وکړو او وګورو، چې تر کومه بریده دوی د CSR له اړوندو فعالیتونو څخه ملاتړ کوي یا د هغو مخه ډب کوي. لاندې د قوانینو یوه شرح او په هېواد کې د CSR له نوښتونو سره د هغوی اړیکه څرګندوي.

۳.۳.۳.۱ اساسي قانون

د افغانستان د اسلامي جمهوریت د اساسي قانون په ډېرو مادو کې هغو موضوعاتو ته اشاره شوې ده، چې د CSR په نوښتونو پورې اړوند دي. د اساسي قانون شپږمه ماده صراحت لري، چې "دولت د انساني کرامت په ساتلو، بشري حقونو د ملاتړ، د ډموکراسۍ د پلي کولو، ملي وحدت د تأمین، د ټولو وګړو او قبایلو تر منځ د برابرۍ او د هېواد په ټولو سیمو کې د انډولې پراختیا او ټولنیز عدالت پر بنسټ د یوې هوسا او پرمختللې ټولنې په جوړولو مکلف دی." د دولت د دې مسؤولیتونو ډېره برخه د هېواد د اتباعو په توګه وګړو او شرکتونو ته هم راجع کېږي. په دې توګه د "ټولنیز عدالت" تضمین، د "انساني کرامت" ساتنه، د "بشري حقونو" تأمین او د "ټولو تر منځ برابرۍ....."

هم د CSR د فعالیتونو د لیدلوري برخې او عناصر دي. له همدې امله به دا منطقي وي، چې حکومت شرکتونو ته حکم وکړي ترڅو هغه نوښتونه طرحه کړي، چې ټول یاد شرایط وهڅوي.

د اساسي قانون د لسمې مادې په رڼا کې "دولت خصوصي پانګونې او خصوصي تشبثات د بازار د اقتصاد د نظام پر بنسټ د قانون له حکمونو سره سم هڅوي، ملاتړ یې کوي او خوندیتوب یې تضمینوي." دیارلسمه ماده هم صراحت لري، چې "دولت د صنایعو د پراختیا، د تولید د ودې او د خلکو د ژوندانه د کچې د لوړتیا او د کسبګرو د فعالیتونو د ملاتړ لپاره اغېزمن پلانونه طرحه او پلي کوي." یادې مادې دا څرګندوي، چې حکومت د خصوصي سکټور د پیل او پراختیا لپاره یو اغېزمن چاپېریال رامنځته کوي همدا راز د "خپل ژوندانه د معیارونو د لوړولو" لپاره د اتباعو له حقونو څخه ساتنه کوي. د څوارلسمې مادې په رڼا کې "دولت د کرهنې- مالدارۍ د پراختیا، د بزګرانو - مالدارانو د اقتصادي، ټولنیزو - د ژوندانه د شرایطو د ښه کولو او د کوچیانو د مېشتولو او د دوی د ژوند د سمون لپاره د دولت د مالي توان په حدودو کې اغېزمن پروګرامونه طرحه او پلي کوي. دولت مستحقو اتباعو ته د استوګنځای د برابرولو په موخه او د عامه ملکیتونو د وېش لپاره د قانون له حکمونو سره سم او د مالي امکاناتو په حدودو کې لازم تدابیر نیسي."

همداراز دغه ماده د پام وړ وګړو ته د " استوګنځای د برابرولو او مستحقو وګړو ته د عامه ملکیتونو د وېش" په ګډون د "اقتصادي، ټولنیز او د ژوندانه د شرایطو" د ښه کولو له بشپړې موخې سره هر راز اقتصادي فعالیتونو د ترسره کولو د تضمین لپاره د حکومت مسؤولیت روښانه کوي. مورږ داسې انګېرو، چې څوارلسمه ماده هم دې ته اشاره کوي، چې د دې موخو د ملاتړ او د شرکتونو د هڅونې لپاره بنایي حکومت قوانین، مقررې او قواعد طرحه کړي، څو له مالیې څخه د معافیت او د مالیاتي اعتبارونو په بڼه د CSR د اړوندو فعالیتونو د ملاتړ په موخه د دولت له ممکنه عوایدو څخه ګټه پورته کړي.

پینځلسمه ماده صراحت لري، چې "دولت مکلف دی ترڅو د ځنګلونو او چاپېریال د ساتنې او ښه والي په موخه لازم تدابیر ونیسي." یاده ماده د ځنګلونو او د "ژوندانه د چاپېریال" ساتنه د دولت د مسؤولیتونو یوه نه بېلېدونکې برخه ګڼي، چې په دې موخه باید دولت مناسبې پالیسۍ او قوانین طرحه کړي. د چاپېریال ساتنې په برخه کې ښکېلتیا په څرګند ډول د CSR د دودیزو مسؤولیتونو لاندې راځي. له همدې امله دولت بنایي هغه قوانین تصویب کړي، چې شرکتونه دې ته وهڅوي ترڅو چاپېریال ته له زیانونو څخه د مخنیوي، د ستراتیژیکو او عملیاتي هڅو د

آسانتیا له لارې د هوا د چاپېریال وضعیت ښه کړي. د اساسي قانون دوه څلوېښتمه ماده په دې اړه صراحت لري، چې "هر افغان مکلف دی ترڅو د قانون له حکمونو سره سم دولت ته مالیه او محصول ورکړي. هېڅ راز مالیه او محصول د قانون له حکمه پرته نه وضع کېږي. د مالیې او محصول اندازه او د ورکړې ډول یې د ټولنیز عدالت په رعایتولو د قانون له لارې ښودل کېږي." له همدې امله دولت بنایي هغه مالیې وضع کړي، چې د هوا د چاپېریال، ټولنیز، اقتصادي او کلتوري وضعیت ښه کوي، په داسې حال کې چې دولت د شرکتونو په ګډون د هېواد د هر وګړي د مستقیمې ونډې له لارې د ټولو وګړو پر وړاندې عادلانه او معقول چلند تضمینوي.

دا مادې څرګندوي، چې داسې نه ښکاري د حکومت له خوا د ټولنیزو مسؤولیتونو په نوښتونو کې د شرکتونو د فعالې ښکېلتیا د هڅونې، تحمیل یا مجبورلو او که چېرې د قانوني الزاماتو په ترسره کولو کې پاتې راځي؛ نو د هغوی د بېزار کولو، بې جرأته کولو یا مجازاتو لپاره د قوانینو، مقرراتو او قواعدو د تصویب پر وړاندې کوم اعتراض شتون ولري.

۳.۳.۳.۲ د افغانستان د شرکتونو قانون

د افغان شرکتونو د قانون د یوې مفصلې ارزونې پایلې ښودلې ده: داسې کومه ماده نه شته، چې یو شرکت په CSR کې له ګډون څخه منع کړي، که څه هم په دې کې د ګډون لپاره شرکتونو ته کوم حکم نه دی شوی. د دې ارزونې پایله په دې معنی نه ده، چې حکومت نه شي کولای د شرکتونو تر قانون او یا نورو قوانینو لاندې قوانین تصویب کړي، تر څو د CSR په نوښتونو کې د ګډون لپاره شرکتونه وهڅوي یا ورته لاښوونه ورکړي.

۳.۳.۳.۳ د کار قانون

د کار د قانون د یوې مفصلې ارزونې پایله دا وه، چې په دې قانون کې داسې کومه ماده نه شته تر څو په CSR کې د ګډون لپاره شرکتونه وهڅوي او یا یې منع کړي. په همدې ډول، د دې ارزونې مفهوم دا نه دی، چې د کار او یا نورو قوانینو لاندې حکومت نه شي کولای داسې قوانین تصویب کړي، چې د CSR په نوښتونو کې د ګډون لپاره شرکتونه وهڅوي یا ورته لارښوونه ورکړي.

۳.۳.۳.۴ د چاپېریال قانون

د افغانستان د چاپېریال قانون په ٦ ماده کې چې د "دولت حقونو او دندو" تر سرلیک لاندې ده، (۳) فرعي برخې لاندې تصریح کوي، چې دولت "اوس او په راتلونکې کې به د خلکو د سوکالۍ لپاره داسې پروګرامونه پیل او پلي کړي، چې موخه به یې د بنسټیزو ایکالوژیکي (د ژوندیو موجوداتو خپلمنځي او له طبیعت سره اړیکې) پروسو او

طبیعي سرچینو د ساتلو او بیا رامنځته کولو له چاپېریال څخه د ساتنې او بیا رغونې، د ککړتیا د کنټرولولو او د جینیټیکي سرچینو له ګټو څخه په سمه توګه د ګټې اخیستنې تضمین وي."

تر۴مې فرعي برخې لاندې دا قانون تصریح کوي، چې دولت "دنده لري خلکو ته معلومات او داسې فرصتونه برابر کړي، تر څو خلک په هغو تصمیم نیونو کې ونډه واخلي، چې انساني روغتیا، چاپېریال او طبیعي زېرمې اغېزمنوي." دا ماده حکومت ته اجازه ورکوي څو الف) دا تضمین کړي، چې د شرکتونو د عملیاتو له امله چاپېریال ته هر ډول اړول شوې منفي اغېزې به د شرکتونو له خوا راکمېږي. ب) د شرکتونو په ګډون خلکو ته پراخ معلومات او فرصتونه ورکول کېږي ترڅو د چاپېریال په ساتنه کې ونډه ولري.

د "اقتصادي هڅوونکو او مخنیوی کوونکو" تر سرلیک لاندې د چاپېریال د قانون ۲۴ ماده کې راځي، چې:

"د چاپېریال ساتنې ملي اداره، د مالیې وزارت، اړوندو بنسټونو، ولایتي، ولسوالیو او د کلیو د شوراګانو په مرسته دې داسې اقدامات تر سره کړي څو ۱) د ککړتیا د کنټرول او د چاپېریال د ناوړو اغېزو د مخنیوي د هڅونې لپاره مناسب اقتصادي هڅوونکي وړاندې کړي؛ ۲) په هغو فعالیتونو کې د ګډون لپاره چې د طبیعي زېرمو دایمې کارونه، د بیولوژیکي تنوع ساتنه، د ککړتیا مخنیوی او کنټرول او له ناوړو اغېزو یا هغو منع کوونکو څخه چاپېریال ساتنه نه هڅوي، چې د داسې ټکنالوژیو کارونې ته لار هواره کړي تر څو د چاپېریال ساتنې له نظره مناسبې نه دي؛ د مناسبو اقتصادي مخنیوي کوونکو وړاندې کول ۳) د هغو پالیسیو او نورو اقداماتو تشخیص او تعدیل چې د طبیعي سرچینو غیرمداومه ګټه اخیستنه هڅوي."

له همدې امله دولت کولای شي د چاپېریال تر قانون لاندې مقررې وضع او تصویب کړي ترڅو له چاپېریال څخه د ساتنې لپاره د شرکتونو د CSRفعالیتونه وهڅوي.

۳.۳.۳.۵ د کانونو د کیندنې قانون

لکه چې د کانونو د کیندنې د قانون د ۴.۳.۱ برخې لاندې په ۷۷ ماده کې او د کانونو د کیندنې د مقررې په ۱۵ څپرکي کې د "چاپېریالي او ټولنیزې ساتنې" تر سرلیک لاندې تصریح کېږي، چې د کان کیندنې کمپنۍ د کانونو له سپړلو وړاندې باید خوندي سیمې تشخیص، د بودیجو او عملیاتي مهال وېشونو یو پلان جوړ او د زیانونو د کمولو یو پوره تمویل شوی پلان جوړ کړي تر څو چاپېریال ته خورا لږ زیان تضمین کړي. لکه څرنګه چې د کانونو د کیندنې د مقررې د ١٦ څپرکي په ۸۸ ماده کې تصریح شوي دا د کمولو اقدامات د "غوره اقداماتو د نړیوالو مکلفیتونو" پر بنسټ دي.

د مهمو مسایلو په باب د عامه پوهاوي ورکوونکو د مرکې پر مهال ښاغلي محمد فهیم هاشمي د کانونو او پټرولیم وزارت د پالیسۍ د څانګې استازي وویل، چې دغه قوانین په خورا ځیرکتیا سره تنفیذ شوي دي؛ د بېلګې په توګه: د مسو د کان تړون له یوې چینایي کمپنۍ سره (MCC) دوی مکلفوي تر څو لارې، ودانۍ او ښوونځي ورغوي، خوندي کاري شرایط رامنځته، له لرغونو میراثونو ساتنه او ورته درناوی وکړي، او داسې نور. د کانونو د کیندنې له کوچنیو، منځنیو او سترو کمپنیو سره په دې مکلفیتونو ټینګار شوی دی. د استخراج کوونکې کمپنۍ له خوا چاپېریال ته د هر ډول زیان اړولو پر وړاندې د ډاډمنتیا په توګه لازمه ده، چې له وړاندیزونو سره د بانک تضمین هم وړاندې کړي، تر څو وروسته بیا د دې ډول زیانونو د منفي اغېزو د راکمولو لپاره ترې کار واخیستل شي.

د کان کیندنې د فعالیتونو له لارې د زیانمنو شوو ټولنو د ساتنې، ټولنیزې او اقتصادي پراختیا د ملاتړ وړاندې کولو لپاره شرایط هم په پروپوزلونو کې د ورکړې د مخکینیو شرطونو په توګه شاملېږي. هغه وړاندیزونه چې په ټولنې، اقتصاد او چاپېریال پورې د ملاتړ تر ټولو ستر اړوند نوښتونه او ژمنې وړاندې کړي تر ټولو لوړه نمره تر لاسه کوي او ډېر زیات امتیازي چلند به ورسره کېږي.

د کانونو او پټرولیم وزارت اوسمهال پر دوو مقررو کار کوي، چې تړون کوونکو او حکومت ته به اجازه ورکړي څو په پام وړ سیمو کې په اغېزمن ډول په ټولنې، اقتصاد او چاپېریال پورې اړوندې پروژې تشخیص او ملاتړ یې وکړي، چې دا به دا هڅې نورې هم آسانې او اغېزمنې کړي. ښاغلي هاشمي زیاته کړه، چې دوی د کان کیندنې له تړون کوونکو او پانګوالو څخه طمعه لري څو د خپلې بودیجې له ۵-۸٪ پورې د ټولنیزې خیر ښیګڼې پر فعالیتونو ولګوي. یاد وزارت د دې کمپنیو له کار څخه څارنه کوي څو ډاډ تر لاسه شي، چې د دوی ټولنیزه ښکېلتیا د دوی له تړوني مکلفیتونو سره سمون لري.

د کانونو وزارت همدا راز د کان کیندونکو له خوا پانګونې ته هڅوونکي او امتیازي حقونه وړاندې کوي، په دې توګه په بشپړه توګه پروسس شوي خام مواد یعنې ۲.۵٪ امتیاز، نیمه پروسس شوو ته به ۵٪ امتیازي حق او نا پروسس شوو ډبرو ته به ۷٪ امتیازي حق ورکړي. دا هڅوونکي به په افغانستان کې په زرګونو نورو کاري فرصتونو ته هم لار هواره کړي.

۳.۳.۳.۶ د حسابدارۍ مقررې

د حسابدارۍ اوسني قوانين د CSR اړوندو لګښتونه د عادي ماليې وړ توکي د مالياتو په رديف کې نه حسابوي. که څه هم د ارزونې په ترڅ کې داسې ښکارېدل، چې يو شمېر شرکتونو د CSR اړوند لګښتونه د شرکتونو د لګښتونو په توګه حسابوه او د دې لګښتونو لپاره يې د ماليې د وزارت له خوا اعتبار هم ترلاسه کاوه. دا چلند ښايي د ماليې د چارواکو د نه پوهاوي او يا د شرکتونو له خوا د قانون د وضعيت په اړه د ناسم درک له کبله وي. تر هر ډول شرايطو لاندې د پوهاوي د رامنځته کولو، روزنې او د حسابدارۍ د ښو لارښودونو او قواعدو لپاره کلکه اړتيا ليدل کېږي، چې له دې ډول دوه مخې څخه به مخنيوی وکړي.

افغانستان د GAAP هغه قواعد پلي کوي، چې د شرکتونو د حسابدارۍ هغو سيستمونو ته دوام ورکول تضمينوي تر څو راڼه، په قانوني او منطقي ډول تنظيم شوي وي.

۳.۳.۳.۷ د ماليې قانون

د افغانستان د ماليې قانون د CSR اړوندو فعاليتونو لپاره مخکې له مخکې کوم ډول مالياتي اعتبارونه، هڅوونکي يا کسرونه په پام کې نه دي نيول شوي. له همدې امله حکومت ته دا يو ښه فرصت دی څو داسې قوانين جوړ، مقررې او قواعد رامنځته کړي، چې د ټولنيزو مسؤوليتونو د لګښت د راکمولو له لارې CSR وهڅوي يا لږ تر لږه ځينې د ماليې وړ عوايد د CSR اړوندو نوښتونو ته ولېږدوي. د ماليې وزارت له چارواکو سره د مرکې پر مهال هغوی يادونه وکړه، چې نه اوس او نه هم په اټکل شوي راتلونکې کې دغه وزارت په پام کې لري، چې د CSR لپاره د کوم ډول مالياتي هڅوونکو بهير پيل کړي. ځکه چې دولت اوس د مالياتي عوايدو او مالياتي اعتبارونو پر زياتوالي تمرکز کوي، دا به "له طمعې ليرې" وي چې د CSR اړوندو فعاليتونو او يا کومو نورو فعاليتونو لپاره مالياتي کمښت او هڅوونکي ورکړي. د ماليې وزارت د چارواکو له لوري دا ډول دريځ ځانګړو شوو بنسټونو ته فرصت برابروي څو په دې هکله د شرکتونو له خوا د CSR د ښو فعاليتونو د ترسره کولو له لارې اقتصادي سوکالي او سترې ګټې رامنځته کړي، چې په خپل وار سره کولای شي زياته شتمني رامنځته او په دې توګه د حکومت لپاره ستر مالياتي عوايد برابر کړي. په دې توګه د قواعدو او مقررو لپاره اړتيا شته، چې په لنډ مهال، منځمهال او همدا راز په اوږد مهال کې د CSR ډېره ښکېلتيا وهڅوي.

04

د خيړنې موندنې

۴.۱ د خيړنې کړنلار ۴۱

۴.۲ د خيړنې محدوديتونه ۴۱

۴.۳ لاسته راوړنو ته يوه ځغلنده کتنه ۴۲

۴.۴ د سوداګريزې ټولنې احساسات او ښکېلتيا ۴۲

۴.۴.۱ احساس ته يو ځغلنده کتنه ۴۲

۴.۴.۲ د سوداګريزې ټولنې ښکېلتيا ۴۳

۴.۴.۳. د سوداګريزې ټولنې ارزونه ۴۴

۴.۴.۴ د شرکتونو د ښکېلتيا او احساس لنډيز ۴۸

۴.۵ د ملي غيرحکومتي سازمانونو د CSR غوره والی ۴۸

۴.۶ د نړيوالو غيرحکومتي سازمانونو (NGOs) او بسپنه ورکوونکو د CSR غوره والی ۴۹

۴.۷ د CSR په اړه د عادي مصرف کوونکو نظريات ۴۹

۴. د ښېرني مونډني

۴.۱ د ښېرني کړنلار

دا ارزونه د کمي او کيفي معلوماتو د راغونډولو له ترکيب څخه جوړه شوې ده، تر څو په افغانستان کې د CSR د وضعيت، د شرکتونو له خوا د ټولنيزو مسؤوليتونو په اړه د پېرودونکو درک او د لومړيتوبونو ثابت، ريښتيني او هر اړخيز معلومات وړاندې کړي.

ياده ارزونه د کابل، هرات، مزار شريف، کندهار او جلال آباد په ښارونو کې ترسره شوې ده. دې ښهير پينځو هغو مهمو مارکېټونو ته لاسرسی شونی کړ، چې د کارخونې، د شرکتونو پراختيا او د ستري کچې سوداګرۍ پکې خورا عامه ده. موږ د کابل پر مارکيټ ځکه ډېر ټينګار وکړ، چې د هېواد د پاليسۍ، د شرکتونو او د مدني ټولنې د بنسټونو (CSO) د مرکز په توګه رول لوبوي.

په ټوله کې ۲۳۰ د سروې مرکې ترسره شوې، کابو ۵۰ څارونکې مو وکتل او پوښتنې مو ترې وکړې، په کابل کې مو درې ډله ييز متمرکز بحثونه (فوکس ګروپونه) په لار واچول. په هرات، کندهار، جلال آباد او مزار شريف کې مو ځکه فوکس ګروپونه جوړ نه کړل، چې کابل د شرکتونود شتون ځای دی، ډېرېو کورنيو او بهرنيو غيرحکومتي سازمانونو (NGOs) مرکزي دفترونه دلته دي او د تحصيلي مرکزونو بې شمېره استازي چې له شته حکومتي نظام سره د پام وړ اړيکې لري دلته ميشت دي، چې پايله يې د نورو ښارونو په پرتله د پام وړ لوړې اغېزې دي.

د مرکه کېدونکو او ګډونوالو د هرې کټګورۍ لپاره مو د پوښتنو بېلابېلې ټولګې برابرې او وړاندې کړې، څو دا تضمين کړي، چې د دوی ځوابونه د دوی له شرايطو سره اړوند او موږ دواړه کمي او کيفي معلومات راغونډ کړي دي. په مشخص ډول، موږ د خلکو له لاندينيو کټګوريو سره مرکې وکړې او يا ورسره ښکېل و.

په کابل کې مو له ځينو لاندې کټګوريو سره يا مرکې وکړې او يا مو سروې کړل:

۱. د ماليې، شرکتونو او اقتصاد، عدليې، د کار او ټولنيزو چارو وزارتونو څخه مو له حکومتي چارواکو سره؛
۲. د غيرې حکومتي سازمانونو استازي، د غيرې حکومتي سازمانونو د همغږۍ مهمي اداري لکه د افغانانو لپاره د بشري مرستو د همغږۍ له اداري (ACBAR)، او د افغان ښځو له شبکې (AWN) په ګډون ملي او نړيوال غيرې حکومتي سازمانونه؛
۳. ستر او د منځنۍ کچې شرکتونه چې د کار خونو او خدماتي شرکتونو استازيتوب کوي، په کابل او د هېواد په لر او بر کې فعال دي.
٤. د تحصيلي مرکزونو استازي او هغه کسان چې د CSR اړوندو موضوعاتو په اړه پوهه لري؛ او
٥. د کوچنۍ کچې شرکتونو او عامو خلکو.

په هرات، جلال آباد، کندهار او مزار شريف کې مو د لاندينيو کټګوريو له خلکو سره مرکې وکړې:

۱. عام خلک (پيرودونکي) او د کوچنۍ کچې له شرکتونو سره مرکه؛
۲. د کارخونو مالکان او د ستري کچې، رغنيزو، خدمتونو او تداركاتو له شرکتونو کوونکو سره مرکه؛ او
۳. له غير حکومتي سازمانونو او د مدني ټولنې له بنسټونو سره مرکه، چې په اړوندو ولايتونو کې مېشت دي. لاندې ځرګندې شوې مونډنې د دوی د نظرياتو، طمعو او درک منعکسوونکي دي.

۴.۲ د ښېرني محدوديتونه

د افغانستان د ځانګړو شرايطو له کبله، ياده ښېړنه له يو شمېر محدوديتونو سره مخ شوه، لکه:

۱. د پام وړ شمېر شرکتونو نه غوښتل، چې د خپلو کمپنيو يا د CSR د پروګرامونو لپاره کوم مالي ارقام له څېړنيزې ډلې سره شريک کړي، چې لامل يې روښانه نه دی. د دوی وېب پاڼې، شته کلنيزو رپورټونو او يا په آزاد ډول د لاسرسي وړ نورو اسنادو کې هم مالي ارقام شامل نه وو. په پای کې د شرکتونو د ګټې په توګه د CSR د لګښتونو د کچې د مطلقو شمېرو يا سلنې د حسابولو لپاره فرصت نه و.

۲. نږدې ټول مرکه شوي کسان په بشپړ ډول د CSR پر حدودو نه پوهېدل. هغو کسانو چې په دې اړه يې يو څه پوهه درلوده ډېره ستونزمنه وه، چې خپل ذهن د CSR د کمزوري خيرات ورکړې له بعده آزاد کړي؛ نو ځکه دا روښانه نه ده، چې تر کومه بريده د ځواب ويونکو نظريات د CSR د بشپړو حدودو په اړه د دوی د پوهې منعکسوونکي وو.

۳. د بسپنه ورکوونکو او نړيوالو غيرحکومتي سازمانونو د پام وړ شمېر په ښېرنه کې ګډون ته لېوال نه وو. له دې امله، په دې څېړنه کې منعکس شوي کيفي نظريات يواځې د دوی د نظرياتو ښکارندوی دي او کوم احصائيوي ارزښت نه لري.

٤. ستر ملي شرکتونه لکه الکوزی ګروپ، برکت ګروپ، بیات ګروپ او نور، همدا شان ستر ګڼ ملیتیز شرکتونه لکه MTN، اتصالات او د امریکا د حکومت له خوا تمویل شوي شرکتونو په دې څېړنه کې د ګډون لپاره لېوال نه وو. که څه هم بسیا شمېر ګډون کوونکي مو درلودل؛ خو موږ و په دې بریالي نه شو، تر څو د هغو شرکتونو نظرونه راغونډ کړو، چې په ممکنه ډول د CSR د مهمو پروګرامونو درلودونکي وو. دې څېړنې باید پر ثانوي څېړنې تکیه کړې وه څو د دوی اندیښنې او ملاحظات هم کارول شوي وو.

٥. شرکتونو نه غوښتل چې د خپل CSR د ښکېلتیا د اړوندو ستراتیژیو د ځانګړنو او دا چې دوی څنګه خپله د CSR ښکېلتیا یې د بازارموندنې د ښو اغېزو لپاره کارولې ده، د دوی له محصولاتو او خدمتونو سره د ونډه والو ژمنتیا یا د هغوی د غوښتنو په غبرګون کې د تولید/ خدمتونو د کیفیت د لوړولو په اړه جزئیات شریک کړي.

٦. د CSR د پروګرامونو د تېرو او فعالو اغېزو ارزونه د دې څېړنې برخه نه وه؛ نو ځکه څېړنې باید پر ثانوي معلوماتو تکیه کړې وه څو د هغوی د اغېزمنتیا په اړه یې یوه ځرګندونه وړاندې کړې وای.

موږ وکړای شول، چې د معلوماتو د راغونډولو په بهیر کې پر (ګڼ شمېر) نورو محدودیتونو برلاسي شو، خو په دې توګه وکړای شو ریپوټ شوي معلومات په افغانستان کې د CSR د وضعیت د واقعیتونو د یو مناسب انعکاس په توګه په کټګوریو ووېشو.

۴.۳ لاسته راوړنو ته یوه ځغلنده کتنه

موږ د پخوانیو اسنادو د څېړلو، مرکو او فوکس ګروپونو له لارې راغونډ شوي معلومات سره یو ځای او د اړیکو، ثبات، توپیر، د سیستم د پیاوړتیا، کمزورتیا، ګواښونو او فرصتونو لپاره مو د دې معلوماتو شننه وکړه. څېړنې وښوده، چې په افغانستان کې د شرکتونو د نړۍ (هغه ځای دی، چې د شرکتونو اخلاق او قوانین او یو شمېر نور ځانګړي سلوک پکې کارول کېږي او باید تعقیب شي. ځکه ورته د شرکتونو نړۍ وایي، چې له واقعي نړۍ سره زښت ډېر توپیر لري.) له خوا د پام وړ ټولنیزه ژمنتیا شتون لري. ژمنتیا ډېرې ټولنې ته د خیریه، بشر پالنه او مسؤولیت د احساس په بڼه ده او یوه کوچنۍ برخه یې د یو ښه انځور د اړتیا لپاره ده. داسې ښکاري، چې په ټوله کې د شرکتونو له خوا د ټولنیزو ژمنو لپاره هڅوونکې، د شرکتونو د مالکانو کلتوري، مذهبي او اخلاقي لېوالتیا ده. د CSR مفکوره هغه ډول چې په پرمختللې نړۍ کې پېژندل شوې او عملي شوې، په افغانستان کې دومره نه ده پېژندل شوې. ځینې شرکتونه چې د لویدیځ له یو پیاوړي نفوذ سره فعالیت کوي دCSR خپلې بازارموندنې په موادو لکه، ویب پاڼو، کلنیو ریپوټونو، بروشورونو (رسالو) کې کاروي او ځینې MNCs د خپلو مرکزي دفترونو د دستور له مخې د CSR نسبتاً ښه تنظیم شوي پروګرامونه لري. لکه څرنګه چې د یو شمېر مهمو معلوماتو ورکوونکو له خوا په مرکو کې وویل شول: ځایي شرکتونه، ستر یا کوچنې، په معمولي ډول خپل پیاوړی باور، د مسؤولیت احساس او مذهبي عقیدې تعقیبوي. دا ښایي په منطقي ډول استدلال شي، چې CSR یوې مسؤولې شرکتي کمپنۍ ته د خپل ځان او ټولنې په ګټه یوه هراړخیزه مفکوره ده، چې لا تر اوسه په افغانستان کې شتون نه لري.

۴.۴ د سوداګریزې ټولنې احساسات او ښکېلتیا

۴.۴.۱ احساس ته یوه ځغلنده کتنه

په افغانستان کې سوداګریزې ټولنې په ټوله کې ډېرې سخاوتمندې دي. که څه هم په مطلقه توګه په اکثرو حالاتو کې د دوی د خیرات ورکړه د دوی د مالکانو د شخصي نوښت له کبله او د هغه/ هغې/ هغوی د مذهبي فرض یا ذکات د ونډې مستقیمه پایله ده. د هغوی د خیرات ورکړه د کمپنۍ د عوایدو یا ګټو د سلنې پر بنسټ نه؛ بلکې د مالکانو د نظر پر بنسټ تر سره کېږي. ځینو شرکتونو خیریه بنسټونه جوړ کړي دي، چې د مالکانو خیراتونه پر اړو کسانو یا د عامه ودانیو لکه ښوونځیو او جوماتونو جوړولو، د اوبو د څاه ګانو د کیندنې او داسې نورو لپاره وېشي. د روشن، افغان بیسیم، موبي ګروپ او نورو په ګډون یو شمېر ستر شرکتونه د خپل ټاکلي CSR نوښتونو حدود پراخوي څو په کې تکفل، د تلویزیون د سوداګریزو اعلانونو او اړوندو فعالیتونو له لارې په خلکو کې د پوهاوي رامنځته کول هم شامل کړي. په ۱ ضمیمه کې یوه طرحه د سترو کمپنیو له یو لست سره شامله ده، چې د پروژو او نوښتونو له لارې د ټولنیزې ښکېلتیا بېلابېلې درجې وړاندې کوي. ځینې شرکتونه په خپلو ویب پاڼو کې ښیي، چې دوی په CSR کې ښکېل دي، په داسې حال چې واقعیت ښایي بل څه وي، دوی یا نه دي سروې شوي یا د سروې او مرکې لپاره نه وو موجود؛ نو ځکه د دوی ادعا د تأیید وړ نه شي کېدای. په ورته وخت کې د ښاغلي عبدالله عادل له خوا د جرمنې د بوچم په پوهنتون کې د دکتورا د لومړنۍ څېړنې د برخې په توګه تر سره شوي سروې وښوده، چې د CSR د پېژندل شوو او اعلان شوو پروژو د اغېزمنتیا، نفوذ او اعتبار کچه ښایي له طمعې څخه ټیټه وي. په پایله کې د CSR د فعالو پروګرامونو د حدودو، اغېزمنتوب، دوام او تأیید په اړه پوښتنې پیدا کېږي.

فوکس ګروپونو د سترو کمپنیو له خوا د CSR/ خیرات د

ورکړې د سیاسي کولو موضوع مطرح کړه. ځینې ستر شرکتونه د زرګونو هغو خلکو لستونه ساتي، چې د روژې په مبارکه میاشت کې یې خوراکي توکي، جامې او د مرستو نور ډولونه تر لاسه کړي دي. موږ داسې ادعاوې اورېدلې دي، چې په تېرو ټاکنو کې همدا لستونه د ځینو کمپنیو د مالکانو له خوا چې پارلماني ټاکنو ته نوماندان وو وکارول شول، څو نوماندي تر لاسه او په پای کې رأیې وګټي. موږ یو شمېر نورې ادعاوې هم اورېدلې دي، چې همدا لستونه په راتلونکو ولسمشریزو ټاکنو کې چې په پام کې ده د ۲۰۱۹ کال د جولای یا اګست په میاشت کې ترسره شي د نوماندانو د ملاتړ لپاره کارول کېږي. په یوه قضیه کې په کابل کې د یو خصوصي پوهنتون مالک ویلي دي، چې هرو لسو رأیو لپاره به د یو سمستر سکالرشیپ وړاندې کړي او د زیاتو رأیو لپاره به محصلینو ته ډېر سکالرشیپونه آن تر وړیا زده کړو پورې وړاندې کړي. موږ داسې خبرداری هم اورېدلی دی، چې د مناسبو قواعدو او مقررو د نه شتون او نه اجرا پر مهال د نامشروع موخو لپاره له خیراتونو ناوړه ګټه اخیستنه به دوام ولري او د شرکتونو د ورکړې بشردوستانه ماهیت به زیانمن کړي، چې دا به نه یواځې هغه کسان چې ناوړې موخې لري؛ بلکې د شرکتونو ټولې ورکړې به اغېزمنې کړي.

شرکتونه تر یو بریده د خپل CSR د نوښتونو د بازارموندنې د احتمالي اغېزو په اړه واضح دي، په داسې حال کې چې سروې شوي مصرف کوونکي په څرګند ډول د هغو کمپنیو محصولات او خدمتونه غوره بولي، چې په CSR/ د خیراتونو ورکړه کې ښکېل دي. که څه هم موږ داسې شواهد نه دي موندلي، چې شرکتونه د CSR پر مټ په فعال ډول ستراتیژۍ تعقیب کړي څو د خپلو مصرف کوونکو او پیرودونکو د رضایت کچه لوړه او خپل تولیدات ښه کړي. موږ و نه کړای شول، چې د شرکتونو پوره همکاري تر لاسه کړو څو دا وارزوو، چې آیا د شرکت د مالکانو په ګډون د شرکت ونډه وال کولای شي تر څو CSR ته د یو (ګډ ارزښت) یا یوې)ستراتیژیکې پانګونې) په سترګه وګوري. دا روښانه وه، چې په عمومي ډول د دوی ښکېلتیا بشر پالنې ماهیت لري او په ځینو حالاتو کې یې د خپل ځان په ګټه کاروي، لکه د مخابراتي کمپنیو په قضیه کې، کمپنۍ وسله والو بلواګرو ته د ټولګټو پروژو لکه د جوماتونو د جوړولو، د خپلو موبایل ټیلیفونونو د پایو د فعالو ساتلو او داسې نورو لپاره "بډې ورکوي". د هېواد د پراختیایي لومړیتوبونو پېژندنه او آن د خپلو شتمنیو له رغونې وروسته یو مناسب او دوامدار فعالیت د دوی د اجندا په سر کې نه دی. ښاغلي عادل د خپلې ډکتورا په څېړنه کې د شتمنیو د ناوړه ګټې اخیستنې، ناوړه مصرف، ویجاړولو یو شمېر قضیې موندلي دي او په بدل کې هغه شتمنۍ کارول شوي دي، چې بنسټونو یا ټولنو ته د ځینو کمپنیو له خوا د دوی د CSR د څرګندو شوو پروګرامونو د برخې په توګه ورکړل شوي دي.

د منځنۍ کچې د شرکتونو په منځ کې د ښکېلتیا کچه د مالک په اخلاقي لېوالتیا او د هغه/هغې په رواني حالت پورې تړاو لري. د منځنۍ کچې شرکتونه د بازار صعود او نزول سره ډېر مخامخ دي او په دې توګه د هغوی ګټې/ زیانونه د دوی د سترو سیالو کمپنیو په پرتله ډېر بې ثباته دي، چې دا د دوی بشر خوښوونکي ورکړې هم بې ثباته کوي. په داسې حال کې چې د سترو کمپنیو په منځ کې له بشرخوښوونکو ورکړو پرته نورې لېوالتیاوې هم شته لکه، ټولو کارکوونکو او د هغوی کورنیو ته د روغتیایي پاملرنو وړاندې کول، چاپېریالي ونډې او د ټولنیزو مسؤولیتونو نور اړوند نوښتونه. د منځنۍ کچې شرکتونه په معمولي ډول یواځې د خیراتونو په ورکړه کې ښکېل دي.

په افغانستان کې د کوچنیو کمپنیو وده د منځنیو او سترو کمپنیو له ودې سره توپیر لري. دوی معمولاً ډېره محدوده پانګه لري، له ډېرې ټیټې ناخالصه ګټې سره کار کوي، چې د یو مناسب ژوند لپاره یواځې له یوې کورنۍ سره د مرستې لپاره تري ګټه اخیستل کېدای شي. دوی معمولاً د حسابدارۍ یو اغېزمن سیستم نه لري دوی د بازار د صعود او نزول پر وړاندې ډېر زیانمنوونکي دي او احتمال لري، چې له یو خورا کوچني تکان سره خپله ټوله پانګه او شتمني له لاسه ورکړي. په پایله کې د دوی حضور د خیرات د ورکړې په ډګر کې ډېر کم او په CSR پروګرامونو کې هېڅ نه شته.

۴.۴.۲ د سوداګریزې ټولنې ښکېلتیا

په افغانستان کې د CSR په اړه د یو ښه درک د رامنځته کولو په موخه موږ په ټوله کې له ۱۷ سترو کمپنیو سره مرکې وکړې، چې له دې ډلې ۱۰ (۶۵٪) شرکتونو د CSR فعال پروګرامونه درلودل. ټول دغه پروګرامونه د ۲۰۰۳ او ۲۰۱۶ کلونو په منځ کې او ډېری یې د ۲۰۰۸ - ۲۰۱۲ په شا او خوا کې جوړ شوي دي. له یو شرکت پرته هېڅ کوم سروې شوي شرکت نه غوښتل، چې د خپلو کلنیو عوایدو او د CSR اړوندو لګښتونو د ارقامو په اړه معلومات ورکړي. ټولو مرکه شوو شرکتونو څرګنده کړه، چې دوی اړو خلکو او ټولنو ته جنسي او نقدي بسپنې وړاندې کوي. د مرکه شوو شرکتونو له ډلې یواځې ۱۵٪ څرګنده کړه، چې دوی د خیرښېګنې د موخو لپاره رضاکارو کارکوونکو ته فرصتونه نه وړاندې کوي.

ډېری شرکتونو څرګنده کړه، چې د CSRله مرستو پرته د خپل وارداتي مسؤولیت او نقلیه وسایطو د ثبت د فیس له لارې افغاني سرې میاشتې ته هم اړین مالیات ورکوي.

موږ په ټوله کې له ۱۴ منځنیو کمپنیو سره مرکه وکړه، چې له

دې نه ۵ (۳۶٪) کمپنیو د CSR فعال پروګرامونه درلودل. یادو کمپنیو دا پروګرامونه د ۲۰۰۳-۲۰۰۴ چې له هرې یوې یوه په ۲۰۱۴ او ۲۰۱۶ کې رامنځته شوي ده. پرته له یو شرکت له سروې شوو شرکتونو له ډلې هیڅ یو یې نه غوښتل، چې د خپلو کلنیو عوایدو او CSR پورې اړوندو لګښتونو د ارقامو په اړه معلومات وړاندې کړي. له پینځو څخه یواځې دریو (۶۰٪) کمپنیو اړو خلکو یا ټولنو ته جنسي بسپنې وړاندې کولې، په داسې حال کې چې ۴۰٪ بیا د خیر ښېګڼې د موخو لپاره یې د کارکوونکو رضا کار فرصتونه وړاندې کول.

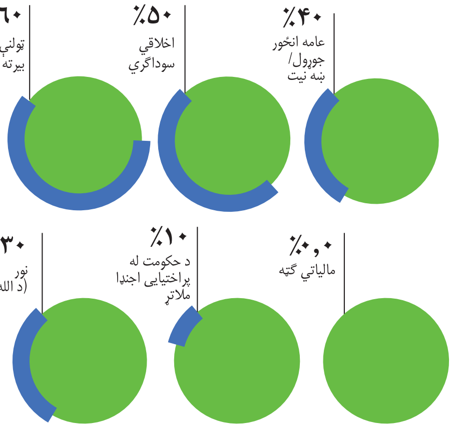
مورږ په ټوله کې له ۴۳ کوچنیو کمپنیو سره مرکې وکړې، چې ۱۴ (۳۲٪) کمپنیو یې په کابل کې فعالیت درلود، پینځو کمپنیو په هر یو مزار شریف، هرات، کندهار او جلال آباد په ښارونو کې فعالیت درلود. د درملتونونو، د خوراکي توکو پلورنځي، د اوسپنیزو توکو او وسایلو پلورنځي، کلینیکونه، رستورانتونه، د ګرځنده تیلیفونونو پلورنځي، د آیس کریم پلورنځي، د جامو پلورنځي، د جایدادونو د پېر او پلور د لاربښوونو نمایندګۍ، د تېلو او ګازو سټیشنونه، نانوایي او نور د شرکتونو هغه ډولونه وو چې دوی وړاندې کول.

۳.۴.۴. د سوداګریزې ټولنې ارزونه

مورږ د سوداګریزې ټولنې ارزونه په یو شمېر فکتورونو بنا کړه، چې په لاندې ډول دي:

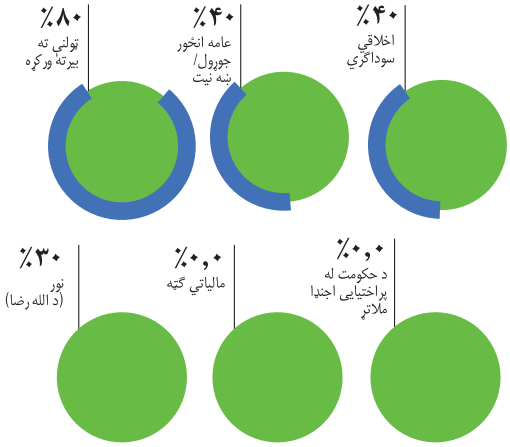
د CSR د ښکېلتیا لپاره هڅوونکي

کله مو چې په CSR کې د ښکېلتیا لپاره د هڅوونکو په اړه وپوښتل، که څه هم دوی کولای شول چې څو ټاکنې ولري؛ خو اکثرو سترو کمپنیو وویل: دوی د اخلاقي (۵۰٪) او "ټولنې ته د بېرته ورکړې" (۶۰٪) دلیلونو لپاره په CSR کې ښکېل دي، په داسې حال کې چې ۳۰٪ کمپنیو بیا دا کار د بازار موندنې لپاره کاوه.



۲ انځور – دخیرات د ورکړې لپاره هڅوونکي

د منځنیو شرکتونو په منځ کې، ۴۰٪ په CSR کې د اخلاقي دلیلونو، ۸۰٪ "ټولنې ته د بیا ورکړې" د دلیلونو، په داسې حال کې چې ۴۰٪ کمپنیو بیا دا کار د بازار موندنې په موخه ترسره کاوه (ځینو بیا له یو څخه ډېر دلیلونه درلودل)



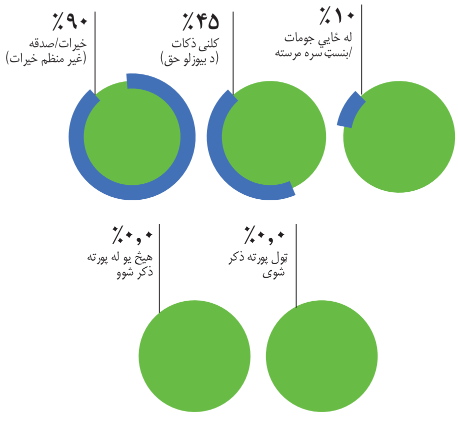
۳ انځور – د خیرات د ورکړې لپاره هڅوونکي

د کوچنیو کمپنیو د ماهیت له امله په افغانستان کې د کوچنیو سوداګریو د مالکانو ډېری مسایل له عادي مصرف کوونکو سره ورته دي. له همدې امله په ټوله کې د دوی د خیر ورکړه ذکات (۴۵٪) او عادي خیرات، صدقه (۳۰٪) او له خپلو ځایي جوماتونو او نورو بنسټونو سره یو څه مرستې دي.

د پایلې په توګه، د مرکه شوو له ډلې ۱۰۰٪ د الله رضا یې د خپلو خیریه ورکړو د مهم هڅوونکي په توګه یاده کړه، یواځې ۱۰٪ بیا تر یوې کچې په ټولنه کې پېژندګلوي یې د دوهم هڅوونکي په توګه یاده کړه.

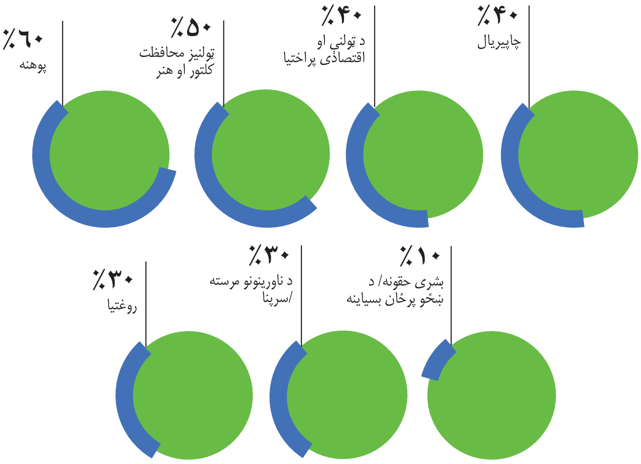
د CSR د لګښتونو سکتورونه

کله چې پوښتنه وشوه په کومو برخو کې خپلې خیریه ورکړې لګوئ، په داسې حال کې چې د څو سکتورونو د ټاکلو چانس یې درلود، ډېری شرکتونوپه ځواب کې وویل، چې دوی د خپل CSR بودیجه پر ښوونیزو پروګرامونو (۶۰) او د ټولنیزې/ کلتوري شتمنۍ په ساتلو کې (۵۰٪)، په داسې حال کې چې نورو شرکتونوپر روغتیایي پاملرنو، د ټولنې او اقتصادي پراختیا، د ناورینونو په مرستو او د بشري/ ښځو د حقونو پر اړوندو موضوعاتو لګولي دي.



٤ انځور – د کوچنیو سوداګریو د خیریه ورکړو ډولونه

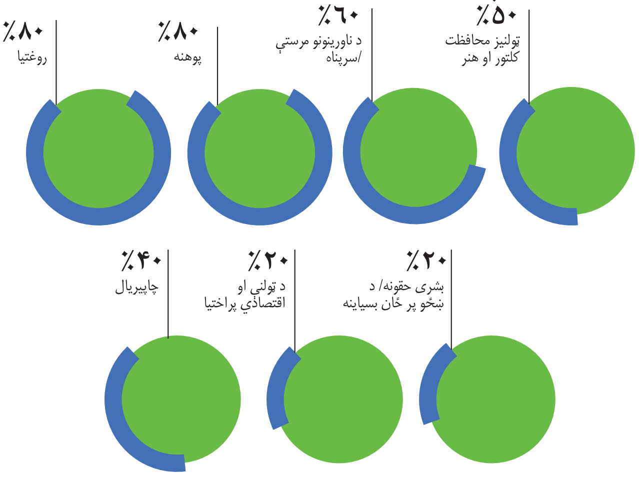
د منځنۍ کچې ډېریو شرکتونو خپله د CSR بودیجه د ښوونې په برخه کې (۸۰٪) او روغتیایي پاملرنو (۸۰٪)، له ۴۰٪ سره د هر یوې ټولنیزې/ کلتوري شتمنۍ پر ساتلو او چاپیریال په برخو لګوله. د ټولنې او اقتصادي پراختیا لپاره ملاتړ، د ناورین لپاره مرستې او د بشر/ ښځو د حقونو موضوعاتو د منځنۍ کچې د کمپنیو له خوا کابو ۲۰٪ مرسته تر لاسه کوله.



۵ انځور – د CSRد مرستو سکتورونه

د CSRد مرستو د لېږد کړنلارې

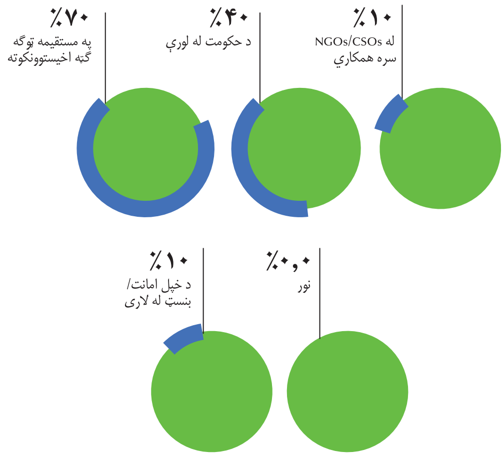
د شرکتونو۷۰٪ خپل داخلي کانالونه د CSR د مرستو د لګولو لپاره کارول. ځینو شرکتونو خپله د CSR مرسته له طبیعي پېښو سره د مرستې د اداري، د افغاني سرې میاشتې ټولنې او نورو سازمانونو/ ادارو په ګډون د حکومت له لارې (۴۰٪) لېږدوله. نورو بیا دا مرسته د غیرحکومتي سازمانونو، بهرنیو بنسټونو، د امانت ایښودل شوو مرستو او داسې نورو له لارې لېږدوله.



٦ انځور – د CSRد خیره ورکړو سکتورونه

د منځنۍ کچې ټولو کمپنیو خپلې د CSR مرستې د خپلې شرکتونو د واحدونو له لارې لېږدولې. له دې کمپنیو یوې هم د CSR د مرستو د لګولو لپاره پر بهرنیو سرچینو تکیه نه درلوده.

د سترې او منځنۍ کچې هېڅ یوې کمپنۍ داسې یوه څانګه نه درلوده، چې په مستقیمه توګه د CSR د مرستو د لېږد مسؤولیت پر غاړه ولري. د سترو کمپنیو کابو ۳۰٪ خپل د CSR لګښتونه د خپلو مالي څانګو له لارې لېږدول، په داسې حال کې چې نورو بیا د بازار موندنې (۲۰٪)، مدیریت، بشري سرچینو او همکارۍ څانګې د خپل CSR مرستو د لېږد په موخه کارولې.

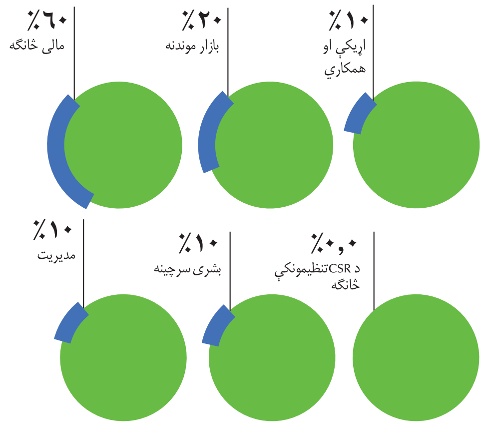


۷ انځور – د CSRد ویش کانالونه

د منځنۍ کچې ټولو مرکه شوو کمپنیو اړو کسانو ته د خپلو CSR مرستو د لېږد په موخه یا د مدیریت او یا مالي څانګې کارولې.

د CSR بودیجه

کابو ۴۰٪ سترو کمپنیو د CSR د فعالیتونو لپاره له وړاندې ټاکل شوې بودیجه نه درلوده، په داسې حال کې چې ۳۰٪ څرګنده کړه، چې دوی د CSR د فعالیتونو لپاره له وړاندې ټاکل شوې بودیجه لري، آن ډېریو یا نه شو کولای او یا یې نه غوښتل، چې د دې مالي کال یا د تېر مالي کال لپاره خپله ځانګړې شوې بودیجه وښیي. کابو ۳۰٪ ځواب ویوونکو په ګډه دې پوښتنې ته له ځواب ویلو ډډه وکړه.



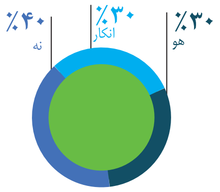
۸ انځور- د CSR د فعالیتونو تنظیموونکې څانګې

د منځنۍ کچې هېڅ یو شرکت د CSR د فعالیتونو لپاره له

وړاندې تاکل شوې بودیجه نه درلوده.

داخلي یا بهرنۍ پالیسۍ/ لارښوونې

په افغانستان کې د سترو کمپنیو یو ستر اکثریت د CSR لپاره نه داخلي لارښود/پالیسي تعقیبوي (٪٦٠)، نه د کومې بهرنۍ پالیسۍ/ لارښود له لارې ورته لارښوونه کېږي (٪٧٠) لکه د حکومت یوه پالیسي، د ملګرو ملتونو کوم دستور، سیمه ییز تړونونه او یا بل کوم ادا ډول لارښوونکي اسناد څو د دوی د CSR اړوند فعالیتونه تنظیم/پلان کړي. دوی د CSR د ښکېلتیا د سیمو، د ښکېلتیا د کړنلارو، د ونډې د اندازې او نورو اړوندو فکتورونو د پېژندنې لپاره ډېری د (اړتیا له مخې) پر اصولو او سیستمونو تکیه کوي. ټولو ځواب ویونکو څرګنده کړه، چې دوی به د حکومت یا نورو مدیریت کوونکو سازمانونو له خوا د هرې لارښوونې د وړاندې کولو هر کلی وکړي.

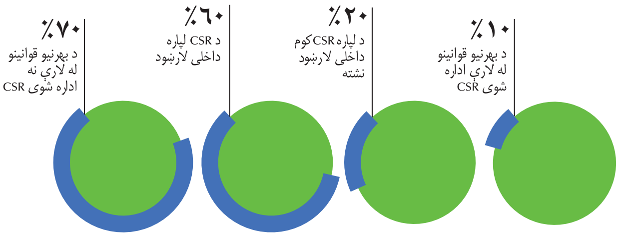


۹ انځور – د CSR د ورکړې لپاره بودیجه

د منځنۍ کچې له کمپنیو څخه یوې کمپنۍ هم د خپل CSR د فعالیتونو لپاره کوم داخلي یا بهرنی لارښود یا دستور نه تعقیبوي. له دې امله د دوې فعالیتونه د ځانګړو موخو یا اړتیاوو او د شخصي ترجیحاتو پر بنسټ دي، نه د منظمې او پلان شوې ترجیحاتو پر بنسټ.

پر CSR د حکومت د پالیسۍ د نه شتون اغېزه

کله چې ویوښتل شول که د حکومت پالیسي په همدې حال پرته له کوم بدلون پاتې شي، آیا دوی غواړي، چې د خپل CSR شته لګښتونو ته بدلون ورکړي، د سترو کمپنیو یو غوخ اکثریت (٪۸۰) وویل، چې دوی به د ورکړو همدې شته اندازې ته دوام ورکړي او یا به یې ډېره کړي. کابو ٪۲۰ ځواب ویونکو دې پوښتنې ته له ځواب ویلو ډډه وکړه.

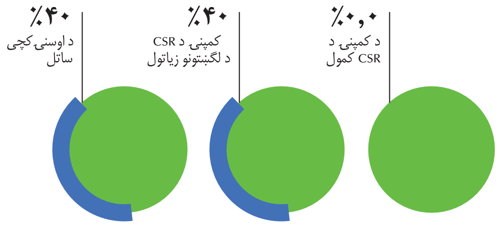


۱۰ انځور- - د CSRد فعالیتونو لارښووونکي قوانین

د منځنۍ کچې کمپنیو وویل، چې دا به د دوی د CSR پر لګښتونو صعودي او نزولي اغېزې ونه لري.

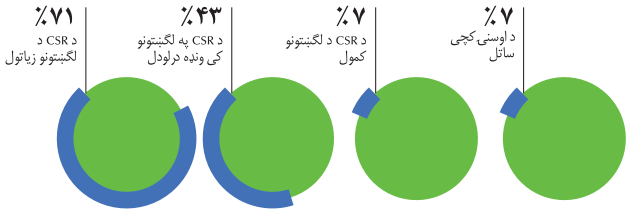
د حکومت د هڅوونکو اغېزې

کله چې پوښتنه وشوه: آیا دوی به د خپلو شرکتونو ورکړو ته بدلون ورکړي که حکومت مالیاتي هڅوونکي لکه پر مالیاتو وړ عوایدو اعتبارونه یا نورې طرحې وړاندې کړي؛ نو ٪۷۸ سترو کمپنیو د CSRله یو فعال پروګرام سره ځواب ورکړ، چې دوی به یا د CSR د ښکېلتیا همدا شته کچه وساتي او یا به یې لوړه کړي. کابو ٪۴۳ سترو کمپنیو د CSR کوم فعال پروګرام نه درلود. دوی ټولو وویل، چې که چېرې حکومت ځینې هڅوونکي وړاندې کړي، دوی به د CSRپه فعالیتونو کې ښکېلېدل پیل کړي.



۱۱ انځور – د CSR ورکړې د موجودو قوانینو پر بنسټ

کابو ٪۹۰ د منځنۍ کچې شرکتونو وویل، چې دوی به یا خپل د CSR د ښکېلتیا اوسنۍ کچه وساتي (٪۷۰) او یا به یې لوړه کړي (٪۲۰).



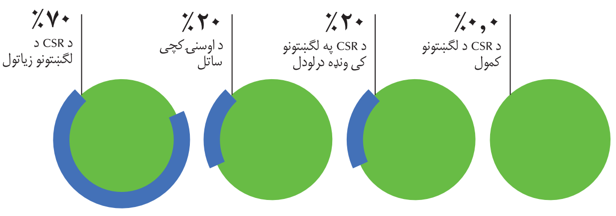
۱۲ انځور - د حکومت د مالیاتي هڅووونکو اغېزه

د منځنۍ کچې د هغو کمپنیو په منځ کې چې د CSR کوم پروګرام نه لري، ٪۱۰۰ څرګنده کړه، که چېرې حکومت ورته د ټولنیزې ښکېلتیا په موخه مالي هڅوونکي وړاندې کړي؛ نو دوی به یو رسمي پروګرام پیل کړي او یا به خپل د CSR لګښتونه لوړ کړي.

کابو ٪۹۳ د کوچنیو سوداګریو مرکه شوو مالکانو وویل، که چېرې حکومت ورته د مالیاتو د راکمولو په ګډون هڅوونکي وړاندې کړي؛ نو دوی به په خپلې خیریه ورکړې ډېرې کړي داسې نور.

د ټولنیزې ښکېلتیا ګټې

ټولو سترو مرکه شوو شرکتونو له ټولنیزې ښکېلتیا څخه د تر لاسه شوو ګټو په اړه مثبت نظر درلود، چې د شرکتونو ګټې (٪۵۰) او همدا راز مذهبي ګټې پکې (٪۱۴) شاملې وې.

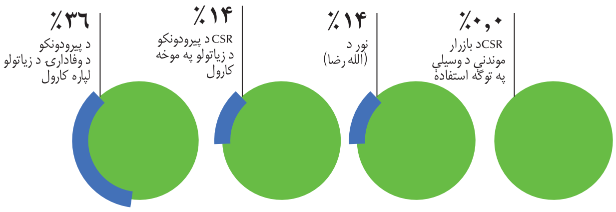


۱۳ انځور –- د حکومت د مالیاتي هڅوونکو اغیزې

کله چې د منځنۍ کچې له شرکتونو څخه د هغو ګټو په اړه پوښتنه وشوه، چې دوی یې له خپلو سوداګریزو ورکړو څخه تر لاسه کوي ډېریو یې ځواب ور نه کړ. د هغو کسانو په منځ کې چې ځواب یې ورکړ، ډېریو یې هغه د بازار موندنې د ګټې په توګه وګڼله، په داسې حال کې چې ځینو بیا د خپلو ټولنیزو ورکړو لپاره د مذهبي ګټو یادونه وکړه.

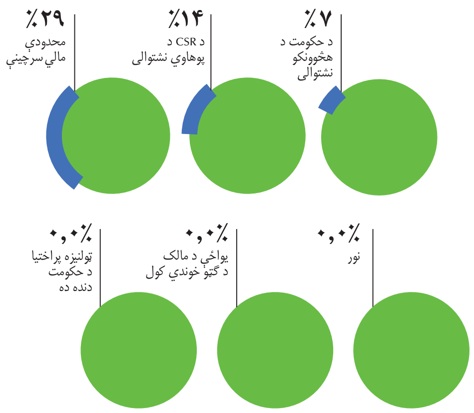
د CSR د پروګرام د نشتوالي لامل

د هغو سترو کمپنیو په منځ کې چې له دې ورانديې یې د CSR یو فعال پروګرام نه درلود، ۲۹٪ د مالي محدودیتونو یادونه وکړه او ۷٪ د حکومت د هڅوونکو نه شتون یې د اصلي دلیل په توګه یاد کړ. کابو ۱۴٪ یا د د CSR له پروګرام سره آشنا نه وو او یا له CSR سره د شرکتونو د فعالیت/ وسیلې په توګه نا آشنا وو. کابو ۵۰٪ ځواب ویونکو بیا دې پوښتنې ته له ځواب ویلو ډډه وکړه.



۱٤ انځور – د CSRسوداګریزې ګټې

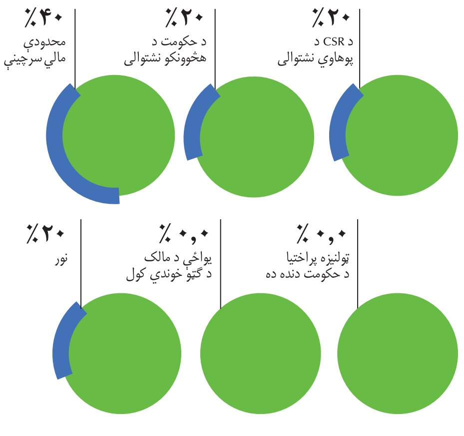
کابو ۴۰٪ د منځنۍ کچې شرکتونو له مالي محدودیتونو یادونه وکړه او ۲۰٪ د حکومت د هڅوونکو نه شتون یې د CSR د یو فعال پروګرام د نه درلودلو د اصلي لامل په توګه یاد کړ. کابو ۲۰٪ بیا یا د CSR له پروګرام سره هېڅ آشنا نه وو او یا په دې نه پوهېدل، چې دا د شرکتونو د فعالیت یوه وسیله ده.



۱٥ انځور – د CSR د پروګرامونو د نه درلودلو لاملونه

د CSR لپاره د ستاینې تر لاسه کول

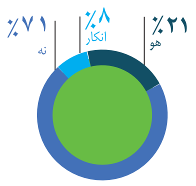
شرکتونو ته د ټولنیز مسؤول په توګه د پېژندل کېدو او ستایل کېدو نظریه په زړه پورې وه. کابو ۷۱٪ سترو کمپنیو، ٦۰٪ منځنیو او ۵۲٪ کوچنیو سوداګریو په ټولنیزه توګه د خپلو مسؤولانه کړنو لپاره د پېژندل کېدو ستاینه وکړه.



۱٦ انځور- د CSR د پروګرامونو د نه درلودلو لاملونه

د حکومت الزامي CSR

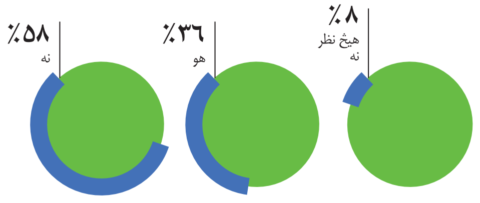
د سترو (۵۷٪) او منځنیو کمپنیو (٦۰٪) اکثریت د حکومت له خوا د CSRد یوې جبري مالیې له نظریې هرکلی و نه کړ. که څه هم دا شمېره په پام وړ ډول له هیلو څخه ټیټه ده، په ځانګړې ډول کله چې کابو ۴۳٪ سترو کمپنیو او ۳۰٪ منځنیو کمپنیو ځرګنده کړه، چې دوی د حکومت له خوا د CSR له جبري مالیې څخه یا ملاتړ کوي او یا پرې کوم اعتراض نه لري.



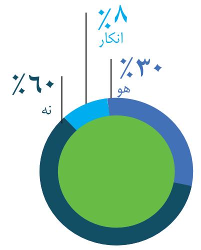
۱۷ انځور- د شرکتونو طمعې

د کوچنیو سوداګریو کابو ۹۰٪ مالکانو ځرګنده کړه، چې

دوی د حکومت د جبري خیریه ورکړې پر کچې یا مقرراتو اعتراض لري.



۱۸ انځور- د حکومت الزامي CSR (ستر شرکتونه)



۱۹ انځور- د حکومت الزامي CSR (منځني شرکتونه)

د CSRلپاره حقوقي او مدیریتي شرایط

ټولو سترو او منځنیو شرکتونه په واضح ډول څرګنده کړه، چې دوی په افغانستان کې د CSR د حقوقي او مدیریتي (څارنیزو) شرایطو په اړه د یو څه وضاحت غوښتوونکي دي. د حکومت له خوا قوانین، مقررې او قواعد، مالیاتي هڅوونکي، یا نور اړوند لارښودونه او دستورالعملونه به د دوی ښکېلتیا په پام وړ ډول ګټوره او مدیریت به یې خورا آسانه کړي. د ټولنیزو مسؤولیتونو په نوښتونو کې د شرکتونو د ښکېلتیا لپاره ځینې سبسایډۍ لکه مالیاتي هڅوونکي به له خورا زښت هرکلي سره مخ شي او په احتمالي ډول به د شرکتونو ټولنیز مسؤولیتونه ډېر کړي.

۴.۴.۴ د شرکتونو د ښکېلتیا او احساس لنډیز

په لنډ ډول په افغانستان کې ستر شرکتونه یا د CSR یو اغېزمن پروګرام نه لري او یا دا پروګرامونه د بودیجوي منطق له مخې نه شي ټاکلای. له CSR څخه د دوی درک پر خیرات ورکړې محدود دی، چې د شرکتونو د مالکانو د مذهبي او کلتوري غوره توبونو له امله یې عملي کوي؛ نه د سوداګریو د عملیاتي اړتیا له مخې. دوی دا غوره بولي، چې حکومت د CSR مالیه له دوی څخه و نه غواړي؛ خو په CSR کې د ښکېلتیا لپاره د حکومت له خوا د ځینو مالي هڅوونکو سربېره د حکومت له خوا د قوانینو، مقررو او قواعدو د وضاحت هرکلی کوي. په څرګند ډول د هغو دستورونو له امله چې MNCs یې د خپلو مرکزي دفترونو له خوا تر لاسه کوي د MNCs او سیمه ییزو افغان کمپنیو تر منځ ډېر توپیر ښکاري. د دوامداره او سازماني CSR ځینې بېلګې د سیمه ییزو شرکتونو له خوا په ځانګړي ډول د مخابراتو په صنعت کې د افغان شرکتونو لکه افغان بیسیم او روشن له خوا لیدل کېږي. نورې کمپنۍ لکه موبي ګروپ چې یوه رسنیزه کمپنۍ ده او عزیزي هوټک ګروپ د CSR یو خورا هر اړخیز پروګرام لري.

د منځنۍ کچې کمپنۍ له خپلو سترو سیالو کمپنیو څخه ډېر توپیر نه لري. دوی د CSR یو معیاري پروګرام نه لري، یوه بودیجه ورته نه برابروي او د CSR لګښتونه د شرکتونو د مالکانو په خوښه دي. دوی دا غوره بولي، چې پر ښوونه، روغتیایي پاملرنو او بشردوستانه مرستو پیسې ولګوي. دوی له خپلو سترو سیالو کمپنیو سره په دې کې توپیر لري، چې دوی په بشپړ ډول خپلې د CSR پیسې د خپلو کانالونو له لارې لګوي او د دې پیسو د لګولو لپاره پر نورو تکیه نه کوي. دوی د حکومت له خوا د CSR اجباری لګښتونه نه خوښوي؛ خو د حکومت له خوا د هر ډول هڅوونکي او مدیریتي ملاتړ د وړاندې کولو هرکلی کوي. د دوی خوښېږي چې د خپل کار لپاره وسایل شي او که د حکومت هڅوونکي د دوی له پېژندګلوی سره مرسته وکړي، دوی به خپله ونډه ډېره کړي.

د منځنۍ کچې شرکتونه ټینګار کوي، چې د اوبو او هوا د ککړتیا رامنځته کوونکي باید د حکومت له خوا مجازات شي او له چاپېریال سره مناسبې ټکنالوژۍ دې وهڅول شي. د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت د ګټو او هغې ته د رسېدو د لارو چارو په اړه ډېر پوهاوی به له دوی سره مرسته وکړي څو خپله ټولنیزه ونډه ډېره کړي.

۴.۵ د ملي غیرحکومتي سازمانونو د CSR غوره والی

موږ په ټوله کې له ۱۲ ملي NGOs سره په کابل، هرات، مزار شریف، کندهار او جلال آباد کې مرکې تر سره کړې. هرې NGO په منځنۍ ډول ۷۸ کسان پر دندو ګومارلي دي، چې په تر ټولو ستره NGO کې ۲۵۰ او په ترټولو کوچنۍ NGO کې یواځې اووه تنه پر دندو ګمارل شوي دي. له مرکه شوو NGOs / انجیوګانو څخه کابو ٪۸ په ښاري سیمو کې فعالیت کوي، په داسې حال کې چې ٪۱۷ په کلیوالو سیمو او ٪۷۵ د هېواد په دواړو کلیوالو او ښاري سیمو کې په فعالیت بوخت دي. د دې NGOs کابو ٪۵۰ د بشري حقونو د ملاتړ په برخه کې کار کوي. په داسې حال کې چې ٪۱۷ خدماتي سکټور تر پوښښ لاندې راولي او کابو ٪۲۵ په نورو بېلابېلو سکټورونو کې فعالې دي. د دې NGOs د فعالیت له اړوندو سیمو څخه روغتیایي پاملرنې (٪۲۵)، پوهنه (٪۳۳)، اوبه، روغتیا ساتنه او د فاضله موادو مدیریت(WASH) (٪۲۵)، چاپېریال (٪۳۳) بشري حقونه (٪۱۷) او د ښځو پر ځان بسیاینه (٪۴۲) د یادونې وړ دي.

مرکو څرګنده کړه، چې ډېرې NGOs د افغانستان د اقتصادي نظام په تدریجي بدلون کې د CSR د ونډې په اړه

ډېر معلومات نه لري. دوی لا هم هغه اغېزې په حقیقي ډول نه دي درک کړي، چې CSR یې د دوی پر فعالیتونو، د مالي مرستو په سرچینو او د مالي مرستو د سرچینو د ټولګې د پراخولو په برخه کې د دوی پر وړتیا درلودای شي، په داسې حال چې تر کار لاندې ټولنو کې ونډه والو ته شته زمینې هم ښې کوي. ځینو چې بیا له CSR څخه یو ښه تعریف شوی درک درلود، د AICS په څېر سازمانونو باندې متکي دي ترڅو له یوې خوا د پوهاوي په رامنځته کولو او د پوهنیزو فعالیتونو په وړاندې کولو کې مرسته وکړي او له بلې خوا د ملاتړ، لابي او مدیریتي ملاتړ د خدمتونو له لارې د سیستمونو په رامنځته کولو کې هم مرستندوی ثابت شي.

ډېری NGOs/ انجیوګانې په دې باور دي، چې که څه هم دوی د خصوصي سکټور (په ځانګړې ډول سترو شرکتونو) په یو مهم شریک د بدلېدو وړتیا لري؛ خو د شراکت لپاره دوی په جدي توګه په پام کې نه دي نیول شوي او کله چې د CSRنوښتونو د لېږد خبره رامنځته کېږي، په ټولنه کې د دوی وړتیاوې او شتون تل نه دی ستایل شوی.

ډېری NGOs/ انجیوګانې په دې باور دي، چې شرکتونه دوی هڅوي یا دوی راجلبوي ترڅو د خپلې ټولنې، چاپېریال او تر کار لاندې سیمو د خیر ښېګڼې مسؤولیت پر غاړه واخلي. په دې برخه کې د عامه پوهاوي رامنځته کول او د ټولنیزې مسؤولې سوداګرۍ لپاره د قواعدو، مقررو، لارښودونو جوړول او د دې ډول مقررو پلي کول، ځینې د پام وړ موخې دي، چې باید کار پرې وشي.

۴.۶ د نړیوالو غیرحکومتي سازمانونو (NGOs) او بسپنه ورکوونکو د CSR غوره والي

د CSR پر وړاندې د نړیوالو او ملي NGOs احساس سره ورته دی. که څه هم افغانان CSR یوه اړتیا ګڼي؛ خو لا هم د CSR کارکوونکي او پرې باندې خبر کسان ولې له دې موضوع "لاس اخلي" "زه اصلاً په دې خبره پوه نه شوم" "په هر ترتیب؛ دوی فکراً دې خبرې ته ډېره پاملرنه نه کوي. پر همدې بنسټ نړیوالې NGOs د پوهاوي په رامنځته کولو، ملاتړ او له سوداګریزې نړۍ، حکومت او په ټوله کې له خلکو سره پر فعالې ښکېلتیا ټینګار کوي.

نړیوالې NGOs اضافي امتیازات لري، چې د دوی مرکزي دفترونه په ورځنۍ ډول له شرکتونو سره په خصوصي او مرموز ډول راکړه ورکړه کوي؛ یعنې NGOs له شرکتونو څخه د خپلو عادي فعالیتونو او همداراز د تخصصي او اختصاصي پروګرامونو لپاره مالي ملاتړ غواړي؛ د بېلګې په ډول: په یو کال کې ایشیا فونډیشن کابو ۲۲ میلیونه ډالر له شرکتونو څخه تر لاسه او په بېلابېلو هېوادونو کې یې پر بېلابېلو پروګرامونو لګولي دي.

نړیوال غیرحکومتي سازمانونه (INGOs) په معمولي ډول له دې مفکورې سره مبارزه کوي، چې دوی باید خپلې مرستې له بهر څخه تر لاسه او دا مالي مرستې په افغانستان کې په بېلابېلو پروګرامونو ولګوي. ځینې نړیوال غیرحکومتي سازمانونه د بسپنه ورکوونکو په توګه هم کار کوي، چې د افغانانو په منځ کې یې نوري طمعې هم راپیدا کړي دي؛ نو ځکه د دوی ونډه د CSR په هڅولو کې تر یو بریده محدوده ده، ځکه چې د CSR په ګټه د دوی ملاتړ ښایي د افغان شرکتونو او د MNC (ګڼ ملیتیزو) افغانستان – مېشتو کمپنیو له خوا ناسم تعبیر شي. د نړیوالو INGOs ونډه د CSR د ملاتړ لپاره ځکه حکومتي ادارو ته د دوی په ملاتړ پورې محدوده ده، چې CSR ته یو څارونکی چاپېریال رامنځته کوي همداراز د دوی ونډه د ملي NGOs او د مدني ټولنې بنسټونو په ملاتړ پورې ځکه محدوده ده، چې د ځان، حکومت او شرکتونو لپاره یوه مناسبه زېربنا رامنځته کوي.

۴.۷ د CSR په اړه د عادي مصرف کوونکو نظریات

د مصرف کوونکو احساس ته یوه ځغلنده کتنه

مصرف کوونکي د ټولنې یو محصول هم دی او له CSR څخه د هغه/هغې د درک کچه د هېواد د عمومي وضعیت منعکسوونکې ده. کیفي سروې دا وښوده، چې عادي مصرف کوونکو په سوداګریزه ښکېلتیا کې د CSR هر اړخیزه ونډه په واقعي ډول نه ده درک کړې. له دې امله د کیفي ارزونې په ترڅ کې، د "CSR" اصطلاح مو په " سوداګریزه یا د شرکتونو بشر دوستانه کړنې" یا په "د شرکتونو خیریه ورکړې" بدله کړه. د شرکتونو له خوا ټولنیز مسؤولانه چلند ته په کتنې سره دا بدلون له یوې خوا د یاد مفهوم درک ښه کوي او له بلې خوا دې ځېړنې ته د مصرف کوونکو د ښه والي په اړه عامه پوهه وړاندې کوي.

د نفوسو ارقام

د مصرف کوونکو د احساساتو د منطقي درک لپاره موږ د هېواد په پینځو مهمو ښارونو کابل، هرات، مزار شریف، جلال آباد او کندهار کې له ۲۰۰ څخه د ډېرو کسانو یوه کیفي سروې ترسره کړه. د کابل ښار د ماهیت او د عادي خلکو په منځ کې د CSR په اړه د شته معلوماتو کچې ته په پاملرنې سره ډېری مرکه شوي کسان په کابل کې وو (۳۳٪). نور ښارونه نسبتاً په مساوي ډول ښودل شوي دي، هر یو شاوخوا ۱۲-۱۹٪، په دې ډول سروې کې په ټولیزه توګه په ټولو مهمو ښارونو کې د یو استازي نظر د عمومي جمعیت د درک په توګه وړاندې کوي. که څه هم موږ د کلیوالو سیمو له وګړو سره مرکه نه ده کړې او د هغوی نظرونه په دې سروې کې نه دي منعکس شوي؛

خو موږ داسې انګېرو چې د CSR له وندې څخه د هغوی د پوهاوي - درک کچه او له شرکتونو څخه د تولنیز مسؤولیت د ژمنتیا د یوې کچې د ښودلو لپاره د عادي مصرف کوونکو طمعې په نسبې ډول د دې سروې له موندنو سره د پرتلنې وړ وي. موږ په بېلابېلو ښارونو کې د مصرف کوونکو د نظریاتو تر منځ ځینې توپیرونه وموندل؛ خو سره له دې په ټوله کې دغه نظریات په بشپړه توګه د پرتلنې وړ وو.

ښارونه	د مرکو شمېر	سلنه
کابل	٦٧	۳۳
هرات	٣٦	۱۷٫۷
مزار شریف	۴۰	۱۹٫۷
جلال آباد	۳۵	۱۷٫۲
قندهار	۲۵	۱۲٫۳
جمله	۲۰۳	۱۰۰

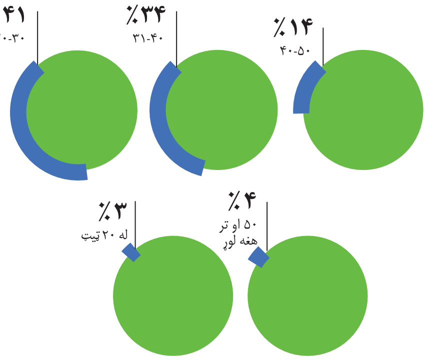
څلورم جدول: د هر ښار په سر د مرکو شمېر

له مرکه شوو مصرف کوونکو سره چې په بېلابېلو برخو کې ښکېل وو، لکه په سترو، منځنیو او کوچنیو شرکتونو، NGOs، علمي بنسټونو او یا یې په حکومت کې کار کاوه او یا د خلکو په منځ کې پرته له کوم مستقیم سازماني تړاو څخه یې ژوند کاوه. له دې امله د دوی هغه نظریات چې په دې رپورټ کې منعکس شوي دي هر اړخیز دي او د هېواد د وګړو د هرې کټګورۍ استازیتوب کوي.

مرکه له:	شمېر	سلنه
مصرف کوونکو سره	۹۷	۴۷٫۸
سترو شرکتونو سره	۲۳	۱۱٫۳
منځنیو کمپنو سره	۲۱	۱۰٫۳
کچونیو کمپنیو سره	۷	۳٫۴
ملي NGOs سره	۲۲	۱۰٫۸
نړیوالو NGOs سره	۷	۳٫۴
علمي مرکزونو سره	۲٦	۱۲٫۸
جمله	۲۰۳	۱۰۰

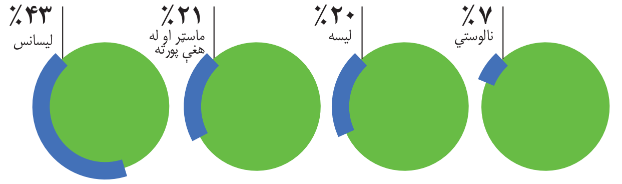
پنځم جدول: د مرکو تړاو

له بده مرغه د هېواد د کلتوري شرایطو د ماهیت له کبله، زموږ ډېرې مرکه شوې کسان نارینه (۸۸٪) وو، یواځې ۱۱٪ یې مېرمنې وې.



۲۰ انځور – د مرکه شوو کسانو سني ګروپونه

کابو ۷۵٪ مرکه شوي وګړي په ۲۰-۴۰ سني کټګوریو کې راتلل، چې په سمه توګه په افغانستان کې د وګړو د عمومي وېش استازیتوب کوي (٦۸٪ له ۳۰ کلونو لاندې) د مرکه شوو وګړو د زده کړې کچه په حقیقي ډول د هېواد د ښوونې د منځنۍ کچې منعکسوونکې نه ده، چې د نارینه وو د سواد کچه ۳۲٪ ښيي (یونیسکو). موږ دغه سروې ډېرې د لوستو کسانو او بیا په ځانګړې ډول د لوړو زده کړو درلودونکو کسانو تر بریده ترسره کړه؛ یعنې له۶۴٪ داسې زده کوونکو سره چې د لیسانس په درجه او یا یې له دې څخه هم لوړې زده کړې کړې وې. دا توپیر د درک وړ دی، ځکه چې د ښاري سیمو د اوسېدونکو ډېری برخه د ملي منځنۍ کچې په پرتله ډېر لوستي دي، له همدې امله د دوی د عوایدو کچه هم په عمومي ډول لوړه وه، په منځنې ډول میاشتني عواید یې کابو ۴۲۰۰۰ افغانۍ او منځنۍ عاید یې ۲٦۵۰۰ افغانیو ته رسېده.

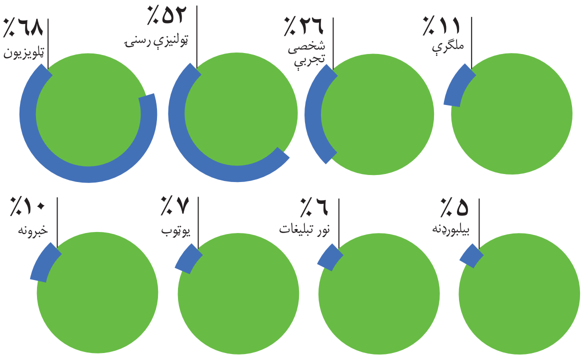


۲۱ انځور: د سروې شوو کسانو د زده کړې کچه

د CSR په اړه د معلوماتو سرچینه

کله چې خو چانسونه د ټاکلو لپاره ورکړل شول، له مرکه شوو کسانو څخه کابو ۸۵٪ د شرکتونو د بشردوستانه کړنو په اړه خبر وو او کابو ۸۲٪ په دې باور وو، چې دا د هېواد له تولنیزې پراختیا سره مرسته کوي. دوی ډېری د شرکتونو د بشردوستانه کړنو په اړه د تلویزیون/ راډیو (٦۷٪) او ټولنیزو رسنیو (۵۲٪)، او ۲٦٪ بیا د شرکتونو له خیریه ورکړو سره د خپلو شخصي تجربو له لارې پوه شوي وو. موږ په بېلابېلو ولایتونو کې ځینې توپیرونه وموندل، په مزار شریف او کندهار کې خلکو په ټولنیزه پراختیا کې د شرکتونو د CSR ونډه ۱۰٪ یعنې له نورو درې مهمو ښارونو څخه یې ټیټه وښوده. په مزار شریف کې کابو ۱۰٪ کم مصرف کوونکي

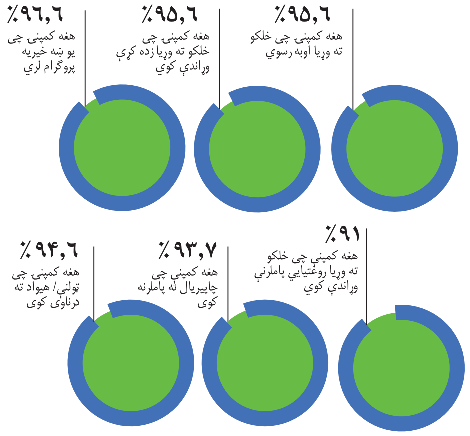
په دې باور وو، چې په CSR کې ښکېلتیا د شرکتونو انځور ښه کړی دی. په دې اړه د نورو ښارونو لیدلوري د پرتلنې وړ وو. په کابل کې د نورو ښارونو په پرتله د CSR په اړه د منځنۍ کچې پوهه د ټلویزیون/ راډیو له لارې کابو ۱۵٪ وه، په داسې حال کې چې د ټولنیزو رسنیو له لارې کابو ۱۰٪ د نورو ښارونو په پرتله لږه د پام وړ وه. هرات په استثنایي ډول د CSR په اړه د ټولنیزو رسنیو له لارې د نورو ښارونو په پرتله د پوهې یوه ټیټه کچه کابو ۲۰٪ ښودله. په مزار شریف کې د نورو ښارونو په پرتله کابو ۱۰٪ ډېرو مصرف کوونکو د CSR په اړه له خپلو دوستانو او کورنیو څخه پوهه ترلاسه کړې وه.



۲۲ انځور- د CSR په اړه د معلوماتو سرچینه

د مصرف کوونکو له خوا د CSR ستاینه

مور د عامو خلکو په منځ کې د هغو شرکتونو لپاره د قدردانۍ یو عمومي احساس وموند، چې په خیریه ورکړو کې ونډه لري. کابو ۷۹٪ مرکه شوو وګړو ځرګنده کړه، چې دوی له هغو کمپنیو څخه محصولات یا خدمتونه پېرل غوره بولي، چې په خیریه کارونو کې ونډه لري او په مسؤولانه بڼه چلند کوي. کله چې پوښتنه وشوه آیا دوی غوره بولي، له هغو کمپنیو څخه توکي او یا خدمتونه وپېري، چې روغتیایي پاملرنې، ښوونیز خدمتونه، د څښاک پاکې اوبه، چاپېریال ته پاملرنې وړاندې کوي یا یو پیاوړی خیریه پروګرام لري یا د خپلې ټولنې او هېواد پر وړاندې درناوی او په دې اړه ځانګړې پاملرنه ښيي؟ له ۹۰٪ څخه ډېر ځواب ویونکي "په کلکه موافق" یا "موافق" وو. په منځني ډول د هرات په ښار کې د ټولو هغو خدمتونو لپاره د نورو ښارونو په پرتله د قدردانۍ یوه ډېره ټیټه کچه ۷٪ ځرګنده شوه، چې د شرکتونو له خوا وړاندې کېږي. د نورو ښارونو د قدردانۍ کچه له یو بل سره نسبتاً د پرتلنې وړ وه.



۲۳ انځور- د مسؤولو شرکتونو لپاره د پېرودونکو غوره والی

دې پایلو وښوده که چېرې کمپنۍ د خپلو خیریه ورکړو پروګرامونه په سمه توګه تبلیغ کړي، تر ډېره بریده شونې ده، چې پېرودونکي به یې له نورو برنډونو څخه وړاندې وټاکي. زموږ د شرکتونو سروې دا ارزونه نه تأییدوي (۱۲ انځور ته دې مراجعه وشي)؛ دوی یواځې کابو ۱۴٪ سترې کمپنۍ او ۱۰٪ منځنۍ کمپنۍ ښيي، چې د CSR د ډېرو لګښتونو ستاینه کوي او وایي، چې دغه ډېر لګښت به په خرڅلاو کې لوړوالی وهڅوي. سربېره پر دې د سترو کمپنیو یواځې ۳٦٪ او ۳۰٪ منځنیو کمپنیو وویل، چې د CSR ډېره ونډه به د دوی د پېرودونکو وفاداري ډېره کړي. داسې ښکاري، چې شرکتونو خپلې کورنۍ دندې نه دي تر سره کړي او په دې توګه هغه ممکنه لوړه ګټه نه ویني، چې دوی یې په ټولنیزه توګه د مسؤولانه چلند او له هغې سره سم د تبلیغاتو له لارې تر لاسه کولای شي. دوی د خپلو هغو پېرودونکو ستاینه نه کوي، چې په ټولنیزه توګه له مسؤولو شرکتونو څخه ملاتړ کوي او د هغوی هغه سیالان سپکوي، چې په ټولنیزه توګه مسؤولانه چلند نه کوي. د دې سروې موندنې له هغه نړیوال بدلون سره اړخ لګوي، چې شرکتونه به له ښه تعریف شوي او ښه تبلیغ شوي CSR پروګرام سره په خپل خرڅلاو او د ګټو په شمېر کې په لوړه کچه ډېروالی ووینې. دا خورا مهمه ده، چې افغان شرکتونه: الف) د دې مهم بدلون په اړه خبر شوي دي، ب) د CSR په اړوندو فعالیتونو کې د اغېزمن او متمرکز ګډون لپاره هڅول شوي دي، او ج) په CSR کې د خپلې ښکېلتیا په اړه خپلو پېرودونکو ته په اغېزمن ډول تبلیغ کوي ترڅو د خپل ټولنیز مسؤولانه چلند او کړنو ریښتینې ګټې وګوري.

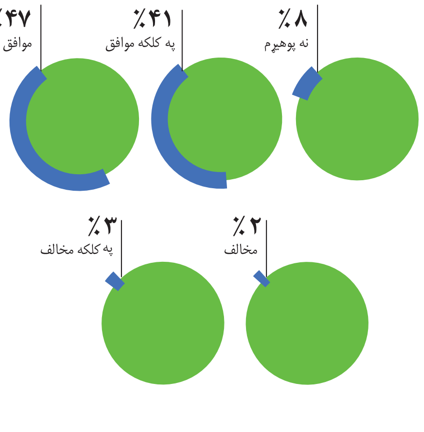
مصرف کوونکي د شرکت د بازار موندنې د استازو په توګه

کابو ٦۷٪ مرکه شوو دا هم وویل، چې دوی خپلو دوستانو او کورنیو ته د هغو کمپنیو د توکو او خدمتونو د پېرلو په اړه د سپارښتنې لپاره زړه نا زړه نه دي، چې په ټولنیزو مسؤولانه کړنو کې ونډه لري. دا شمېره په کندهار کې په پام وړ ډول ټیټه وه (کابو ۲۳٪)، په داسې حال کې چې د کابل

مصرف کوونکي کابو ۹٪ خپلو دوستانو او کورنۍ ته د توکو په اړه د سپارښتنې خورا لېوال وو؛ نو څکه مصرف کوونکي لېوال دي، چې د CSR ښه پروګرام درلودونکي شرکتونه د بازارموندنې د استازي او د پراختیا ورکوونکي په توګه خدمت وکړي. دا ډول پروګرامونه څکه د شرکتونو لپاره د پام وړتیا " لوړ شوی ارزښت" لري (وړاندې له دې چې خپل محصولات او خدمتونه پېرودونکو ته وړاندې کړي کمپنۍ د هغې په کیفیت او ارزښت کې ښه والی یا ډېروالی راولي) تر څو په داسې ګټوره بڼه وکارول شي، چې د بازارموندنې لپاره له شته بدیجې سره سم هغه واټن ډېر کړي.

د CSRلپاره د حکومت هڅوونکي

د مالیې وزارت په ګډون له حکومتي ادارو سره زمونږ مرکو وښوده، چې دوی د خیریه ورکړو لپاره د مالیاتي هڅوونکو وړاندې کولو ته لېوال نه دي، څکه چې په اوسني وخت کې د حکومت لومړیتوب د مالیاتو راغونډول دي نه د مالیاتو د کموونکو وړاندې کول. مصرف کوونکي د حکومت له دې مفکورې سره موافق نه دي او په څرګند ډول (۸۸٪) دا وایي، چې حکومت باید هغو شرکتونو ته هڅوونکي وړاندې کړي، چې په ټولنیزو مسؤولیتونو کې ونډه لري. د کابل ښار اوسېدونکو د نورو ښارونو په پرتله په منځنۍ کچه تیټه ۱۱٪درجه سلنه وښوده. یواځې ۵٪ ځواب ویونکو پر دې ډول هڅوونکو اعتراض درلود، چې د خلکو له خوا د پام وړ غبرګون دی. دغه موندنې د افغانستان د مدني ټولنې انستیټیوت او شرکتونو لپاره د دې ډول هڅوونکو په ملاتړ د لابي په موخه یوه پیاوړې وسیله په لاس ورکوي. دا به د حکومت تنګ نظري وي، چې د خلکو د ژوند د کیفیت د ښه کولو او د هېواد په ټولنیزې، اقتصادي، چاپېریالي او سیاسي پراختیا کې د CSR د یو پیاوړي پروګرام ارزښت ته په ټیټ نظر وګوري.



۲۴ انځور- حکومت د CSRلپاره هڅوونکي وړاندې کوي.

د CSR لپاره د حکومت فرمان

مصرف کوونکي په کلکه د حکومت له خوا د خیریه ورکړو د پروګرام د مکلفیتونو ملاتړ کوي. کابو ۷۷٪ ځواب ویونکي له دې ډول الزاماتو سره یا "موافق" یا "په کلکه موافق" وو، په داسې حال کې چې یواځې ۲٪ موافق نه وو. هېڅ ځواب ویونکی د حکومت د خیریه پروګرامونو له الزاماتو سره "په کلکه مخالف" نه و، که څه هم کابل او هرات د مکلف شوو شرکتونو له خیریه ورکړو څخه لږ ملاتړ ۶-۸٪ وښود؛ خو د پینځو ښارونو په منځ کې بیا هم د ډېر پام وړ توپیر نه ګڼل کېږي.

کله چې پوښتنه له خیریه ورکړو څخه د CSR ټولیزې مفکورې ته واوښته، ځوابونو سره توپیر درلود، څکه چې د ګڼ شمېر مصرف کوونکو له خوا د CSR مفهوم په واضح ډول نه و درک شوی. د ځواب ویونکو ۶۵٪ پر شرکتونو د CSR د مقررو پر وضع کېدو اعتراض درلود (کابل له ۲۳٪ څخه لږ، او هرات له ۱۳٪ څخه لږ، په داسې حال کې چې مزار شریف، کندهار او جلال آباد له ۱۴-۲۳٪ څخه ډېر) او کابو ۴۶٪ ځواب ویونکي د هغو شرکتونو له مجازاتو سره موافق وو، چې د CSR په نوښتونو کې ونډه نه لري (هرات او مزار شریف له کابو ۲۲٪ د مجازاتو لپاره ډېر ملاتړ وښود، کندهار او جلال آباد له کابو ۲۵٪ تر هغې لږ ملاتړ وښود). دا څرګند توپیر ښایي یواځې د CSR د مضمون په اړه د وضاحت د نشتوالي له امله رامنځته شوی وي. د شرکت د خیریه ورکړې مفکوره او همداراز د CSR د نورو عناصرو په اړه لکه چاپېریال، هېواد، ټولنې ته پاملرنه، د څښاک د پاکو اوبو برابرول، ښه پوهنه او ښې روغتیایي پاملرنې د ځواب ویونکو له کلک ملاتړ سره مخامخ شوې، چې له ۹۰٪ څخه ډېرو ځواب ویونکو په دې اړه خپل ملاتړ څرګند کړ. په داسې حال کې چې مصرف کوونکو د حکومت پر وضع شوي CSR اعتراض درلود. په حقیقت کې مصرف کوونکي له حکومت څخه غواړي، چې د CSR لپاره یوه مقرره طرح کړي ترڅو د CSR د اړوندو لګښتونو لپاره هڅوونکي وړاندې کړي.

ځواب ویونکي په دې ډېر ښه پوهېږي، چې کوچنۍ کمپنۍ هم له مالي او هم له حقوقي اړخه خورا زیانمنېدونکي دي. په پایله کې ۵۷٪ ځواب ویونکو پر کوچنیو کمپنیو د CSR د یوې مقررې وضع کېدل رد کړل. په کابل کې دا شمېره په پام وړ توګه ۷۸٪ لوړه وه، مزار شریف او جلال آباد په پام وړ ډول ټیټه په ترتیب شاو خوا سیمي یې ۴۶٪ او ۳۵٪ وي.

د CSR د پیسو لګول

کابو۶۶٪ ځواب ویونکو له شرکتونو څخه دا غوښته درلوده، د دې پر ځای چې د CSR پیسې د حکومت یا د درېیم لاس له لارې لېږدوي، په خپله دې ولګوي. دا شمېره په کابل او هرات کې د کابو ۲۰٪ څخه لړه ټیټه وه او په نورو ښارونو کې ۲۵٪ ښودل شوې ده. د شرکتونو لپاره په خپله د CSR د پیسو د لګولو دا غوره کول احتمال لري پر حکومت یا درېیم لوري د مصرف کوونکو د نه باور له کبله وي. دا ډول

بې باوري ښايي د نورو لاملونو تر څنګ هېواد ته د ورانديې کوونکي ګټور کار بنسټونه يعني د مدني ټولنې د بنسټونو په څېر د نورو بنسټونو په باب د عامه پوهاوي نشتوالی او له داسې بنسټونو سره د اړيکو نه شتون وي، د دوی په آند که چېرې شرکتونه په خپله په بشري کارونو کې ښکېل شي له دربيم لاس څخه د مرستې غوښتنې په پرتله به ډېرې ګټورې پايلې رامنځته شي. سربېره پر دې شرکتونو ته د CSO د پروژو د ښودلو لپاره د ښو پېژندل شوو او ښو تبليغ شوو پروګرامونو د نه شتون له امله مصرف کوونکي د نورو له خوا د شرکتونو د CSR ځانګړو شوو مرستو لګولو او له خطر سره د مخامخ کېدو په اړه زړه نا زړه دي. په کابل او هرات کې چېرې چې پرې NGOs باور خورا عام دی، د ځواب ويونکو ځوابونه د NGOs په اړه له ۴۵٪ سره لړ تند وو. په ورته ډول ځواب ويونکو له ۴۱٪ تر ۳۴٪ سره هغه نظر رد کړ، چې حکومت دې د CSR پيسې غونډې او بيا دې ووېشي، د کابل مصرف کوونکي بيا د نورو ښارونو په پرتله د دې چار ډېر ملاتړي وو.

لنډيز

په لنډ ډول ويلای شو، چې مصرف کوونکي له شرکتونو څخه غواړي ترڅو په ټولنيز ډول مسؤول واوسي او د دوی د توليدي توکو او خدمتونو د پېرلو، د خپلو کورنيو او دوستانو د هڅولو له لارې دوی ته د ټولنيزو مسؤوليتونو لپاره انعام ورکړي. دوی غواړي، چې حکومت وهڅوي ترڅو د شرکتونو لپاره هڅوونکي وړاندې کړي او په پايله کې هغوی وهڅوي او د ټولنې پر وړاندې د مسؤول پاتې کېدو لپاره يې راجلب کړي. که دوی داسې و نه کړي، مصرف کوونکي غواړي له حکومت څخه ملاتړ وکړي ترڅو د شرکتونو له خوا خيريه ورکړې جبري کړي او په هغه ځای کې چې لازم وي د ټولنيز مسؤوليت د منلو په برخه کې د پاتې راتللو لپاره دې جريمې هم وضع کړي.

عام مصرف کوونکي غواړي شرکتونه د خپلو ځانګړو شوو مالي مرستو وېش په خپل لاس کې واخلي. دوی د حکومت له خوا د دې مرستو راغونډول بيا يې پر اړو کسانو وېشل منطقي نه ګڼي. دوی پوهېږي، چې کوچنۍ کمپنۍ د اقتصادي او سياسي بدلونونو پر وړاندې زيانمنوونکي دي، دوی غواړي، چې په خپله خوښه پرېښودل شي تر څو ټولنيز مسؤولانه چلند ومني.

د مصرف کوونکو احساس د شرکتونو، حکومت او مدني ټولنې لپاره يو مهم فکتور دی، چې بايد پام او درناوی ورته وکړي.

شرکتونه بايد دا درک کړي، چې مصرف کوونکي د خلکو، هېواد او په ټوله کې د ټولنې په اړه د هغوی د چلند پر وړاندې حساس دي. مصرف کوونکي به د خورا ډېرو ټولنيزو مسؤولو کمپنيو په ملاتړ يو عاقلانه تصميم ونيسي. په يو سيالي کوونکي چاپېريال کې دا مهمه ده، تر څو شرکتونه دې ډول فکتورونو ته پام وکړي، چې کولای شي دوی له سيالۍ کوونکو څخه بېل يعنې ځانګړي کړي.

حکومت بايد دا درک کړي، چې مصرف کوونکي ورڅخه غواړي د شرکتونو په هڅولو او راجلبولو کې د مشرتابه رول ولوبوي او آن شرکتونه په دې قانع کړي چې نه يوازې د خپلو اړينو عوايدو په اړه اندېښمن واوسي؛ بلکې په يوې خورا جدي بڼه دې ټولنې ته د بېرته ورکړې په اړه هم خپل مسؤوليت ادا کړي.

له دې امله دغه مصرف کوونکي غواړي تر څو حکومت داسې قوانين، مقررې او قواعد وضع کړي، چې په هېواد کې د CSR د بهير لارښوونه وکړي. دوی له حکومت څخه دا هم غواړي، چې بيا دې دغه قوانين، مقررې او قواعد تنفيذ او دا دې تضمين کړي، چې شرکتونه په ټوله کې د ټولنې د خيرښېګنې په برخه کې اغېزمن لوبغاړي دي.

د مدني ټولنې بنسټونه پوهېږي، چې نه به حکومت او نه به شرکتونه د پام وړ چارې پيل کړي تر څو په يو ګډ ټولنيز مسؤوليت کې ښکېل شي. له دې امله دا د حکومت مسؤوليت دی، چې د مصرف کوونکو احساس په عملي پاليسيو، قوانينو بدل کړي او له داسې سيستمونو ملاتړ وکړي، چې په ټولنيز مسؤولانه چلند کې د شرکتونو ښکېلتيا ښه تنظيم، آسانه، اغېزمنه، له ترينګلتيا او مخالفت څخه يې پاکه کړي.

د حکومت، شرکتونو او مدني ټولنې د سازمانونو ترکيب په افغانستان کې د CSR د پراختيا د برياليتوب لپاره خورا مهم دی.

05

په افغانستان کې د CSR اغېزې او مراعت

۵.۱ په افغانستان کې د CSRد اغېزو ټاکل ۵۷

۵.۲ د شرکتونو اداره ۵۸

۵.۳ په افغانستان کې د سوداگرۍ د اخلاقو اصول ۵۸

۵.۴ اطاعت ۵۹

۱.۴.۵ چاپېريالي اطاعت ۵۹

۵.۴.۲. ټولنيز اطاعت ۶۰

۵. په افغانستان کې د CSR اغېزې او مراعت

۵.۱ په افغانستان کې د CSRد اغېزو تاکل

په افغانستان کې د CSR د اړوندو فعالیتونو د اغېزې ټاکل خورا ستونزمن کار دی. د ډکتورا د ښوونيزې دورې يو افغان محصل ښاغلی عبدالله عادل چې د جرمنی په بوکهم (Bochum) پوهنتون کې زده کړه کوي په ۲۰۱۷ کې هڅه وکړه څو"په افغانستان کې د شرکتونو د ټولنيزو مسؤوليتونو (CSR) کړنلارې او اقتصادي اغېزې" وڅېړي. د دې څېړنې موخه "په افغانستان کې د CSR د بېلابېلو طرحو او د CSR د نوښتونو تر شا د شرکتونو له خوا د نظرياتو راسپړل وو". نوموړې غوښتل، چې په هبواد پورې ځانګړې د CSR د فعاليتونو د يو ډول پېژندنه طرح کړي او بيا هغه په پرمختللو او مخ پر ودې هېوادونو کې له ورته کار سره پرتله کړي. همدا راز د دې څېړنې موخه"په ژوره توګه د ځينو موضوعګانو (د CSR پروژو) ارزونه" او"پر ځايي ټولنو د هغې د اقتصادي اغېزو لپاره د اقتصادي ارزونې د کړنلارو کارول" و. هغه غوښتل پوه شي، چې "ښايي CSR په افغانستان کې د عامه خدمتونو د مرستو ځای نيوونکی يا بديل وي".

د افغان کمپنيو سوداګريزې ويب پاڼې يې وارزولې او يوه آنلاين ژوره اکتشافي سروې يې تر سره کړه، ښاغلي عادل داسې انګېرله چې د CSRاړوند فعاليتونه د شمېر له مخې د پام وړ دي او د هغې د "شتون" او "اغېزو" د ارزولو لپاره يوې څېړنې ته اړتيا ده. که څه هم له لومړنۍ سروې وروسته د هغو ستونزو او مخالفتونو له امله چې د CSR د نوښتونو د سيمو په پېژندنه، کتنه او ارزونه کې ورسره مخامخ شوی و، پرته له دې چې خپله څېړنه پربېږدي بل انتخاب يې نه درلود. د اړوندو وزارتونو او بنسټونو له خوا د ۱۸ رسمي مکتوبونو له لارې يې ملاتړ کېده او له ۷۰ څخه ډېرو تبادله شوو رسمي او غيرې رسمي بريښنا ليکونو د څېړنې پر بنسټ د دې پروژو له ارزونې ملاتړ کاوه. په ټوله کې ښاغلی عادل وکولای شول، چې په ځلورو ولايتونو کې له يواځې ۱۱ موقعيتونو ليدنه وکړي ترڅو پر پروژو بيا کتنه وکړي، ځکه چې کمپنيو محرميت، باور او نور پټ موضوعات مطرح کړل. د ښاغلي عادل لپاره ستونزې د يو همکار په توګه د يوې مسؤولې اداري په نه شتون کې نورې هم ډېرې شوې. په پايله کې په ډېرو حالاتو کې هغه و نه شو کولای، چې د شرکتونو په ويب پاڼو کې د لست شوو پروژو پېژندنه او کتنه وکړي. کتل شوو پروژو کې د روغتونونو، ښوونځيو، د انټرنټ له لارې د زده کړې مرکزونه (e-learning)، د اوبو څاه ګانې او له ليرې لارې د درملنې (telemedicine) پروژو په ګډون خدمتونه شامل وو. ښاغلي عادل دا لاندې مهمې پايلې برابرې کړې دي:

۱. ټولې سترې کمپنۍ ځيني ټولنيز فعاليتونه تر سره کوي، خو يواځې ځينې يې د CSR له اصطلاح سره آشنايي لري.

۲. د مخابراتو سکټور يو مهم سکټور دی، چې خصوصي کمپنۍ پکې منظم ټولنيز فعاليتونه لري.

۳. د خصوصي کمپنيو ډېری ټولنيزې پروژې لنډ مهالې پروژې دي، چې د ګټه اخيستونکو د څرک معلومول پکې خورا ستونزمن دي (لکه د ناورينونو پر وړاندې غبرګون او د خوراکي توکو وېش، او داسې نور). سربېره پر دې ځينې پروژې په هغو سيمو کې پلي شوې دي، چې په همدې سيمه کې ورته خدمتونه د NGOs له خوا هم وړاندې شوي دي او دا د CSR د اړوندو پروژو د خالصو اغېزو ټاکل ستونزمنوي.

٤. د CSR د پروژو تر شا د ساتنې او څارنې د يو دوامدار ميکانيزم د نه شتون له امله نږدې ټولې پروژې يا ويجاړې شوې دي يا له څو کلونو وروسته لږې اغېزمنې شوې وې.

۵. د سوداګرۍ او اقتصاد ټوليز حالت د دې لامل شو، چې شرکتونه د خپلو ټولنيزو پروژو مرستې پرې کړي.

٦. ډېريو کمپنيو د خپلو ټولنيزو فعاليتونو لپاره جلا بنسټونه جوړ کړي دي. سره له دې چې په ځينو کمپنيو کې د بازارموندنې او بشري سرچينو څانګې د CSR د پروژو مسؤوليت پر غاړه لري، يعنې ريښتينو پروژو ته يې په کره ډول اشاره ستونزمنه کړې ده.

۷. ځينې پروژې (د روغتونونو، ښوونځيو، د اوبو کوچنۍ څاه ګانو او د لوبو د ډګرونو رغول) ښايي د اقتصادي اغېزو د ارزولو لپاره په پام کې ونيول شي؛ که څه هم د دوی د اغېزو ټاکل ستونزمن کار دی ځکه چې شرکتونه په خپله د دې تسهيلاتو په بهير کې ښکېل نه دي.

۸. ډېرې لږې پروژې نورې څېړنې ته هم لېوالې وې؛ د دوی په منځ کې د روشن له خوا د ټيلي ميډيسن يوه پروژه او د افغانستان د MTN له خوا د سکالرشيپونو د وړاندې کولو يوه پروژه د يادونې وړ وه.

د يو مديريتي چاپېريال او د CSR د مفهوم په اړه د پوره درک نشتوالي (د ريپوټونو د يو ګډ ميکانيزم، د ژمنو لنډ مهال ماهيت چې د شرکت نفوذ يې د نوښتونو پر دوام محدود کړی دی، په پام وړ سيمو کې له حکومت او د NGO له لوبغاړو سره د پوره همغږۍ نشتوالي او داسې نورو) له کبله چې د دې ډول نوښتونو د اغېزو ارزول يې خورا ستونزمن کړي وو، د څېړنې د پروژې ټوليزه ارزونه همدا وه. د څېړنې پر پايلو سربېره د ځينو شرکتونو له خوا په ناسم ډول د CSR

د پراختیا، حدودو او د بریا د کچې وړاندې کولو هم د CSR ریښتینې اغېزې اغېزمنې کړې دي.

د ښاغلي عادل موندنو له هغو نظرونو سره سمون درلود، چې د ارزونې پر مهال تر لاسه شوي وو، چې په پام وړ ډول یې د مقررو او د حکومت له خوا د څارنې نشتوالی یې د CSR د نوښتونو د نه اغېزمنتوب لپاره تورنول. سر بېره پر دې د اغېزمنو شوو شرکتونو او هم په پام وړ ټولنو کې د CSR د حدودو او شرایطو په اړه د سم پوهاوي نشتوالي په هېواد کې د CSR د نوښتونو د نه اغېزمنتیا په برخه کې ونډه درلوده.

په افغانستان کې د CSR د اغېزمنتیا او نفوذ په اړه د ښاغلي عادل ډېرې موندنې په هېواد کې یواځې د دې شرکتونو د بشردوستانه ښکېلتیا له نظره د CSR د وضعیت څرګندونه کوي. موږ د CSR نورې برخې هم په لاندې ډول په ښه کړې دي لکه د شرکتونو اداره؛ د سوداګرۍ کولو د اخلاقو اصول؛ او له چاپېریالي، کار او نورو ټولنیزو لارښودونو سره یې توافق.

۵.۲ د شرکتونو اداره

ښه سوداګریزه اداره او ښه سوداګریز تابعیت دواړه سره یو ځای دي. که یو شرکت په سمه توګه اداره شي، هغه به له خپلو مسؤولیتونو څخه نه یواځې د مالکانو پر وړاندې بلکې د هغې ټولنې پر وړاندې چې کار ورته کوي، د هغه حکومت پر وړاندې چې دا ورته مالیه ورکوي او له مقررو یې باید اطاعت وکړي، له هغو ټولنیزو او چاپېریالي اندېښنو خبر وي، چې باید په ښه شي. یو په ښه توګه اداره شوی شرکت به د دې جوګه وي، چې د CSR ژمنه شوې موخې او مکلفیتونه تر سره کړي. له دې امله د CSR په شرایطو کې د شرکت د یو ښه اداري نظام او ښې ادارې تر منځ اړیکې خورا مهمې دي.

د شرکتونو مدیره هیئت د اداري سیستم یو مهم عنصر دی. دوی د دې ضمانت کوي، کومه لار چې د شرکت لپاره ټاکل شوې ده هغه به په داسې یو بنسټ بدل کړي څو یو سالم ټولنیز ضمیر ولري او ټاکل شوې پالیسۍ او ستراتیژۍ به هم د شرکت د مدیریت له خوا پلې شي.

د یو جرمني شرکت مدیره پلاوی د شرکت له مالکانو، کارکوونکو/کارګرانو، حکومتي ادارو، د ټولنیزې خیرښېګنې سازمانونو، مالي بنسټونو (بانکونه) او نورو اړوندو ونډه والو څخه جوړ دی. یاد ترکیب دا تضمینوي چې تصمیمونه د هر لوبغاړي د ګټو په پام کې نیولو سره نیول شوي دي او دا چې شرکت په یو "ښه تبعه شرکت" (د یوې کمپنۍ ونډه په ټولنه کې او یا د ټولنې پر وړاندې) د بدلېدو او پاتې کېدو ښه احتمال لري.

په افغانستان کې داسې سیستمونه یا مقررې نه شته، چې شرکتونو ته آن په یو مسؤول بنسټ د بدلېدو په لور لارښوونه وکړي، یا یو "ښه تبعه شرکت" پاتې شي. په کوم ځای کې چې شرکتونو په خپله یو سالم اداري نظام رامنځته کړی هلته کوم څارونکی او یا مدیریتي سیستم نه شته تر څو دا تضمین کړي، چې دوی له پلان سره سم فعالیت کوي. کورني شرکتونه معمولاً یا د یو شخص یا د کورنۍ – ملکیت وي او د اداري سیستم فعالیت یې له هغې سره سم یا په شخص او یا کورنۍ پورې تړاو لري.

څوملیتیزه شرکتونه (MNCs) ښایي ځینې داسې اداري سیستمونه ولري، چې له مرکزي دفتر څخه یې وارد شوي وي؛ دا ډول سیستمونه په افغانستان کې د هېڅ یو بهرني بنسټ له خوا نه څارل کېږي او نه کنټرولېږي. په پایله کې که چېرې د شرکتونو سمه لارښوونه شوې وي او د ټولنیز ضمیر، توافق او د ضمیر د پایښت یوه ټاکلې کچه یې هم رامنځته کړې وي دا به د ښه اجرا شوي او ښه - پراخ اداري سیستم پر ځای تر ډېره بریده چانس ته لېوال وي.

۵.۳ په افغانستان کې د سوداګرۍ د اخلاقو اصول

بریتانیکا دایرة المعارف (Encyclopedia) د اخلاقو د اصولو او د اخلاقو تر منځ یو کوچنی توپیر په ډاګه کوي. "د اخلاقو اصول او اخلاق باید په ډېر کره ډول "د ښه او بد" یا "سم او غلط" تر منځ توپیر و نه ښیي. ګڼ شمېر خلک اخلاق د یو شخصي او معیاري څیز په توګه ګڼي په داسې حال کې چې اخلاقي اصول د "ښه او بد" داسې معیارونه دي، چې د یوې ټاکلې ټولنې یا ټولنیز چاپېریال له خوا پېژندل کېږي [۳۸]". په سوداګرۍ کې د اخلاقي اصولو او اخلاقو تر منځ څکه توپیر شته، چې ښایي اخلاق د شرکت د مشر د شخصي لېوالتیا پر بنسټ وي، په داسې حال کې چې اخلاقي اصول د معیارونو، لارښودونو او هغو قوانینو پر بنسټ دي، چې د شرکت، حکومت یا کوم بل مدیریتي یا څارونکي اداري له خوا رامنځته کېږي تر څو په "د درناوي وړ" او "قانوني" بڼه اجرا شي. د "آیا په سوداګرۍ کې د اخلاقي اصولو او اخلاقو تر منځ توپیر شته؟" تر سر لیک لاندې په یوه مقاله کې (Bruce Weinstein) په دې اړه چې دا توپیرونه څه دي له یو لړ بېلابېلو تعریفونو سره مخامخ شوی دی. له دې تعریفونو څخه یو هم دا و: "اخلاق د یو وګړي له باطني لېوالتیا څخه رامنځته کېږي. اخلاقي اصول بیا هغه باندیني رامنځته شوي قوانین دي، چې موږ ټولو ته لارښوونه کوي [۳۹]"

38 https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-morality-and-ethics

39 https://www.forbes.com/sites/bruceweinstein/201827/02//is-there-a-difference-between-ethics-and-morality-in-business/#2cd056e32088

اینویسټوپیډیا د سوداګرۍ د اخلاقو اصول د "احتمالي بحث پاروونکو موضوعاتو لکه د شرکت د اداري، د یو داخلي وګړي معاملې (د کمپنۍ د سهامو خرڅلاو د هغه وګړي له لوري چې د کمپنۍ او د هغې د تولیداتو په اړه معلومات لري)، بډې اخیستل، تبعیض، د شرکت ټولنیز مسؤولیت او د اعتبار وړ مسؤولیت په اړه د سوداګرۍ د مناسبو پالیسیو او کړنو د یوې مطالعې په توګه تعریفوي". د شرکت په اصولو کې ځیني دا اصول: بشپړتیا، وفاداري، صداقت، د یو هېواد قوانینو ته درناوی، نورو ته درناوی او اندېښنه، په سوداګریزو معاملو کې د عدالت تأمینوونکی، امین، ژمنو او وعدو ته وفادار، د غوره والي پر وړاندې حساب ورکوونکی او ژمن پاتې کېدل، شاملېږي.

د یو شرکت یو مهم مسؤولیت له اخلاقي اصولو سره سم چلند دی تر څو دا تضمین کړي، چې فعالیتونه یې تر ټولو لوړ اخلاقي معیارونه پوره کوي. په افغانستان کې د سوداګرۍ اخلاقي اصول له هغه څه څخه چې باید وي ډېر واټن لري. د ۲۰۱۸ کال د فساد د درک په کلني شاخص کې د نړیوالې روڼتیا له خوا افغانستان د ۱۸۰ هېوادونو په منځ کې ۱۷۲ مه درجه کې راغی، چې دغه درجه بندي د تېرې لسیزې په پرتله یا تر هغې ورهاخوا کله چې افغانستان د نړۍ یا ترټولو ډېر او یا د پینځو تر ټولو مفسدو هېوادونو له ډلې یو مفسد هېواد په توګه وګڼل شو یو مهم پرمختګ دی. په ۲۰۱۲ ع. کې د ملکي پوځي ائتلاف مرکز "په افغانستان کې فساد او د فساد ضد مسایل" تر سرلیک لاندې یوه مقاله خپره کړه، چې پکې ویل شوي دي: په افغانستان کې فساد "په پراخ ډول د حکومتولۍ او د قانون د واکمنۍ پر وړاندې د یوې ننګونې په توګه پېژندل شوی دی او د خصوصي سکټور په مشرۍ د یوې باثباتې اقتصادي ودې پر وړاندې د یو خنډ په توګه ګڼل شوی دی..... د افغانستان حکومت په مخکینیو کنفرانسونو او د افغانستان د ملي پراختیايي ستراتیژۍ (ANDS) په حدودو کې څو ځله د فساد په نښه کولو ژمنې کړې دي. سره له دې د مهمو غیرحکومتي سازمانو لکه د افغانستان د روڼتیا د څار سازمان (IWA) او د روڼتیا د نړیوال سازمان په وینا دا ستونزه لا هم پراخه ده".

د سوداګرۍ سکټور په افغانستان کې د فساد برخه او جز دی. سوداګري یا د مفسدو کړنو هڅوونکې ده او یا د دوی له خوا په مستقیمه توګه په منفي او یا مثبت ډول اغېزمنه شوې ده. د فوکس ګروپ ونډه والو وویل، چې د CSR پر اغېزو او نفوذ د باور د نشتوالي یو مهم لامل په سوداګریز سکټور کې د فساد د پراخ کلتور واکمني ده. لکه چې د دې څېړکې په دویمه فقره کې لست شوې دي: د سوداګریزو کړنو د اصولو له هرې برخې سرغړونه ډېره پراخه ده. د فوکس ګروپ یو ونډه وال څرګنده کړه، چې یو خصوصي پوهنتون د استادانو د معاشونو یوه ټاکلې سلنه د خیریه ورکړو د ونډې په توګه راغونډوي. په داسې حال کې چې هیڅوک نه پوهېږي دا پیسې به ګټه اخیستونکو ته رسېږي که نه، ځکه چې د آرامۍ د احساس لپاره د اړین باور کچه ډېره ټیټه ده.

په ټوله کې د قانون د بسیا مدیریتي او انتخابي تنفیذ د نشتوالي له امله د شرکت اخلاقي پرېکړې د طرحې له نظره نه دي؛ بلکې په ټوله کې د شرکتونو د مالکانو په اخلاقو او د هغوی له خوا د اخلاقي چلند د اصولو د رعایت په کچې پورې تړلي دي. په ډېرو حالاتو کې شرکتونه نه د اجرااتو کومه لیکلې مقرره لري او نه یې دوی په جدي ډول اجرا کوي. په دې توګه په افغانستان کې د سوداګرۍ اخلاق لکه چې په بشپړه توګه وړاندې تعریف شول، په تصادفي ډول تر ټولو ښه او په خورا کوچني فکټور کې تر ټولو بد دی.

۵.۴ اطاعت

اطاعت د حکومت او څارونکو ادارو په ګډون ټرونونو پورې اړوندو مکلفیتونو، د رضاکارانه غږیتوب پر بنسټ سازمانونو او نورو هغه وګړي چې د کمپنیو لپاره د الزامي لارښودونو په توګه دنده تر سره کوي او ښایي د داخلي پالیسیو او د اخلاقي اصولو له مقررو سره بشپړ شي د بهرنیو سرچینو د قوانینو، مقرراتو او قواعدو سره سر او کار لري. دا ټول له اداري سیستمونو او د شرکتونو له خوا د خطرونو د مدیریت له مسؤولیتونو سره نږدې اړیکه لري.

د شرکتونو ټولنیز مسؤولیتونه (CSR) د تعریف پر بنسټ د شرکت له خوا یو رضاکار مسؤولیت دی، په داسې حال کې چې اطاعت یو الزامي چوکاټ انګیرل کېږي. د CSR په شرایطو کې هغه وخت د تطبیق وړ وي کله چې د داخلي CSR ځینې اړخونه لکه د چاپېریال ساتنې مسایل، د روغتیا او خوندیتوب موضوعات، د بشري سرچینو موضوعات لکه مساوي معاشونه، په کاري چاپېریال کې ځورونې او داسې نور د حکومتي ادارو له خوا تنظیم شي او یا د ترون له مخې الزامي وي، لکه په افغانستان کې د کان کیندنې ترونونه. اطاعت ښایي هغه وخت یوه الزامي بنه غوره کړي، چې شرکتونه د CSR د مکلفیتونو "داخلي" لیدلوری ومني او خپل ځان "د یو ستر ټولنیز چوکاټ د یوې برخې په توګه وګڼي او ورسره ورته د همدې ټولنې پر وړاندې مسؤولیتونه پر غاړه واخلي" . همدا دی، چې موږ په همدې شرایطو کې د CSR اطاعت په افغانستان کې ارزوو.

۱.۴.۵ چاپېریالي اطاعت

لکه چې دمخه په ۴.۳.۳.۴ څېرکي کې تشریح شول، د چاپېریال د قانون ۲۴ ماده کې صراحت لري، چې (د

چاپېریال ساتنې ملي اداره[NEPA] د مالیې وزارت، اړوندو بنسټونو او ولایتي، د ولسوالیو او کلیو د شوراګانو) په همکارۍ ښايي کمپنیو او وګړو ته هڅوونکي یا مخنیوي کوونکي وړاندې کړي تر څو د چاپېریال ساتنه وهڅوي، شرکتونه او وګړي له ککړتیا څخه منع کړي. له دې امله د چاپېریال له قوانینو څخه اطاعت ستونزه نه ده؛ ستونزه په مقررو د قانون بدلېدو او بیا د داسې مقررو پلي کول دي، چې په افغانستان کې ډېرې ستونزې رامنځته کوي.

د فاضله موادو د غیر قانوني ډمپینګ (بهر ته د توکو صادرات او له عادي بیې څخه په ټیټه بیه د هغې پلورل، څو په دې توګه داخلی صنایع له کاره وغورځوي.) په اړه د بیسل د کنوانسیون د ۹ مادې د رعایت او د هغې د پلي کولو په اړه د ملګرو ملتونو د یوې سروې په غبرګون کې د هغه وخت معین ښاغلي غلام محمد ملکیار[٤٠]، وویل: چې افغانستان "بسیا قانوني چوکاټ نه لري، چې د خطرناکو فاضله موادو غیرقانوني لېږد مجازات او مخنیوي یې وکړي." هغه وړاندې د بېسل د کنوانسیون د موادو په اړه د پوهاوي د لوړولو لپاره د یو قانوني چوکاټ او د غیر قانوني لېږد د قضیو د کشفولو په اړه په ملي کچه د بنسټونو تر منځ د اړیکو او همغږۍ له نشتوالې شکایت وکړ. دا وضعیت د چاپېریال د مکلفیتونو او مقررو د پلي کولو او رعایت اړوند د حکومت ټولیز سیستم په ډاګه کوي.

د چاپېریال د ساتنې په برخه کې د کانونو او پټرولیم له وزارت پرته بسیا حکمونه نه شته. د چاپېریال د سرغړوونکو پر وړاندې د مجازاتو کوم میکانیزم نه شته او د چاپېریال ساتنې اړوندو موضوعاتو او فکټورونو په اړه د پوهاوي کچه هم خورا ټیټه ده. له بېلابېلو حکومتي ادارو سره د پوره او اغېزمنو اړیکو او همغږۍ په نه شتون کې د اطاعت تنفیذ به په پام وړ ډول ستونزمن وي.

د شرکت په کچه، چاپېریال ته "د زیان مه رسوه" د اصل د ارزښت په اړه د پوهاوي عمومي نشتوالی لیدل کېږي. په کوم ځای کې چې دا ډول پوهاوی شتون ولري، ګټې مسؤولانه چلند مغلوبوي او په پایله کې داسې شرایط رامنځته کېږي، چې د خښتو په بټیو کې له ټایرونو څخه د سون توکو په توګه ګټه اخیستل کېږي، فابریکې ککړې اوبه سیند او ویالو ته تویوي او نور وګړي د چاپېریال له نورو اړخونو سرغړونه کوي. کابل د نړۍ تر ټولو ګڼ میشتی او ککړ دویم ښار دی، په داسې حال کې چې د کابل د ځمکې لاندې د اوبو کچه په دوامداره توګه د راټیټېدو په حال کې ده او د ځمکې لاندې اوبه د ناپاکو (فضوله) موادو له امله ککړې شوې دي، په پایله کې په کابل کې له ۷۰٪ څخه ډېرې (د روغتیا نړیوال سازمان) ناروغۍ د غیر صحي اوبو له امله رامنځته کېږي. له همدې امله په افغانستان کې له چاپېریال سره مطابقت نه ترسترګو کېږي؛ که څه هم د چاپېریال ساتنه هغه برخه ده، چې بېړنۍ پاملرنې ته اړتیا لري، ځکه د افغانستان هوا، اوبه او خاوره ورځ په ورځ ککړېږي او په ځانګړې توګه د ښاري سیمو مرکزونه له همدې امله ډېر زیات اغېزمن شوي دي.

۲.۴.۵. ټولنیز اطاعت

ټولنیز اطاعت دا تصریح کوي، چې یوې کمپنۍ خپل داخلي سیسټمونه، جوړښتونه، معیارونه او مقررې رامنځته کړې دي له پېرودونکو، سپالي کوونکو، کارکوونکو، تأمینوونکو، د حکومت څارونکو او عامو خلکو سره په راکړه ورکړه کې له امانت او اخلاقي ضمیر سره لاربښوونې وړاندې کوي. دغه معیارونه د یو داسې چاپېریال رامنځته کول تسهیلوي، چې د بشري حقونو، د کارګرو او نورو اړوند حقونو ته پکې درناوی په نورم بدلېږي. یو شرکت ښايي خپلې پالیسۍ او معیارونه له وړاندې برابرو شوو نړیوالو نورمونو لکه د کار د نړیوال سازمان، په کار کې د بنسټیزو اصولو او حقونو له اعلامیې، د بشر د حقونو له نړیوالې اعلامیې او ورته معیارونو سره سمون ورکړي. تر هر ډول شرایطو لاندې، داخلي او همدا راز بهرني لاربښودونه په یو شرکت کې د ټولنیز اطاعت لپاره بنسټ برابروي.

په افغانستان کې داسې قوانین شته، چې د کارګرو اړیکې اداره کوي او یو شمېر نور یې بیا له مذهبي حقونو پورې اړوند دي او یو لړ لاربښودونه دي، چې په کاري چاپېریال کې د ښځو حقونو ته ځانګړې شوي دي.

په کوم ځای کې چې دا ډول قوانین شتون ولري، د دوی د پلي کولو لپاره لاربښوونې هم شتون لري. سره له دې هم دغه قوانین د شرکتونو او حکومت له خوا په سختۍ تنفیذېږي؛ خو دا چې له قانون څخه کومه د پام وړ تېروتنه وشي، په ورته وخت کې ډېریو شرکتونو پر دې موضوعاتو یا هېڅ داخلي پالیسۍ او سټندردونه نه دي جوړ کړي او یا یې یواځې د کاغذ پر مخ دا کار کړی دی. د دې فکټورونو ترکیب هغه یو چاپېریال تعبیروي چې د شرکتونو ټولنیز اطاعت د بریالیتوب چانس نه لري. په شرکت کې د "په خپله اداره کېدونکي" سیسټم نه شتون د مدني ټولنې بنسټونو ته د پام وړ زمینه برابروي، تر څو د ملاتړ او بدلون لپاره د هڅو سیمې وپېژني او د هغه بدلون لپاره لار هواره کړي، چې هېواد ورته سخته اړتیا لري.

[40] https://blog.eqs.com/how-grc-compliance-and-csr-work-together

06

په افغانستان کې د CSR احتمالي راتلونکی

٦. په افغانستان کې د CSR احتمالي راتلونکی

په افغانستان کې CSR فقط پیل شوی دی. د لوستو خلکو په منځ کې د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت د ونډې په اړه د درک او پوهاوي یوه ښه کچه لیدل کېږي. که څه هم د ټولنیزو مسؤولیتونو حدود او پراختیا لا هم د لوستو په ګډون د وګړو یو ستر اکثریت ته واضح نه ده. اوسمهال ټولنیز مسؤولیت ډېری د شرکتونو د مالکانو له بشر دوستانه فعالیتونو سره اړیکه لري د دې پر ځای چې یو ټول شموله مسؤولیت وي ترڅو الف) هغه څه چې دوی مات کړي دي ببرته یې ورغوي، ب) د خپلو کارکوونکو د سوکالۍ لپاره مسؤول و اوسي او ج) هغې ټولنې ته بېرته څه ورکړي، چې دوی ته یې څه ورکړي وو.

د پرمختللې نړۍ نږدې یوه پېړۍ وخت یې ونیو، تر څو شرکتونه خپلو ټولنو ته د مرستې په ارزښت پوه شول. که څه هم د افغانستان سوداګري به دومره وخت و نه نیسي، ځکه کله چې پرمختللې نړۍ په تدریجي ډول وده وکړه تر څو په خپلو سیستمونو کې د مسؤولیت احساس شامل کړي او لا هم ورسره مبارزه کوي؛ نو افغان سوداګري به د خپلو سیالو هېوادونو له خوا له رامنځته شوو بېلګو څخه اغېزمن شي.

له ۲۰۰۲ را وروسته افغانستان پرېکړه وکړه، چې د هېواد د مخابراتو د صنعت شلېدلي لیکي ببرته و نه رغوي؛ بلکې پر ځای یې په مستقیم ډول د څو پړاوونو له شا ته پرېښودو سره په چټکۍ د ۲۱ پیړۍ د بیسیمو اړیکو صنعت ته ور د ننه شي. نن افغانستان په مخ په وده نړۍ کې یو تر ټولو پرمختللی او ترټولو ښه جوړ شوی د بیسیم اړیکو د سیستم درلودونکی دی. د دې بریا مهم راز له مخابراتو څخه د پخواني وزیر ښاغلي معصوم ستانکزي یو ښه درک و، چې پرېکړه یې وکړه د صنعت لپاره زېربنا، پالیسي او هڅوونکي بنسټونه رامنځته کړي او په چټکۍ سره فعالیت پیل کړي، همدا راز په دې سکټور کې د پانګونې لپاره د احسان الله بیات په څېر د سوداګرو لېوالتیا وه. دې ترکیب نه یواځې د ودې او نوو خلاقیتونو لپاره امکانات ښه کړل؛ بلکې د نورو سوداګریو، کورنیو او بهرنیو لپاره د تعقیب په موخه یوه غوره بېلګه شوه. دې په نورو هغو ګڼو سکټورونو کې پانګونه وهڅوله، چې پر مخابراتي شبکو تکیه لري تر څو په اغېزمنه توګه د اړیکو نیولو له لارې فعالیت وکړي. همدا کار ښایي په افغانستان کې د یو موټې شرکتونو د CSR له ښکېلتیا سره هم تکرار شي. د حکومت له یو فشار سره به داسې قوانین، مقررې او قواعد رامنځته شي، چې په هېواد کې د CSR یو منظم صنعت ته لار هواره کړي، شرکتونه به وهڅول شي، راجلب به شي او آن مجبور به شي، چې د CSR په ډګر کې کار پیل، پراخ او نوښتونه وکړي. په ورته وخت کې د مدني ټولنې بنسټونه کولای شي سمه زېربنا رامنځته کړي تر څو د دې ورتیا ولري له شرکتونو د CSR ونډې راجلب کړي همدارازله شرکتونو او حکومتي سکټورونو سره اړیکې تسهیل کړي تر څو په ټوله کې د ټولنې لپاره د CSR د نوښتونو ګټه ډېره کړي. د بازار موندنې یو پیاوړی او اغېزمن کمپاین په ټوله کې د CSR د حدودو او اغېزو په اړه د خلکو په منځ کې د درک یوه هر اړخیزه کچه رامنځته کولای شي، په دې توګه د غوښتنې د اړخ یو تحرک به د شرکتونو له خوا ټولنیز مسؤولیت نور هم وهڅوي ترڅو بلې کچې ته پرمختګ وکړي. له دې امله افغانستان کولای شي، چې د شرکتونو او ټولنو د بدلون پاتې نور ګامونه په چټکۍ سره پورته او د ټولنیزو مسؤولیتونو په ډګر کې د شرکتونو ونډه وهڅوي.

که دا چټک تګ وشي که و نه شي دا په دې پورې اړه لري، چې مدني ټولنه او حکومت څه ډول چلند کوي او غواړي کوم اقدامات تر سره کړي څو د CSR اجنډا وهڅوي. په دوديز ډول حکومتونه د ټولنیزو او چاپېریالي خورا مناسبو کړنلارو د طرحې او تنفیذ لپاره ډېر ورو حرکت کوي. دا د عامو خلکو، رسنیو او د مدني ټولنې له خوا فشارونه او لابي ده، چې کولای شي له ځان څخه د رضایت سیکل مات او په بېړني ډول اړینو بدلونونو ته لار هواره کړي. له دې امله دا د مدني ټولنې مسؤولیت دی، چې د حکومت له خوا د قوانینو، قواعدو او مقررو د بدلون لپاره د لابي او هڅونې رهبري په لاس کې واخلي او شرکتونه وهڅوي تر څو په مسؤولانه ډول احساس او عمل وکړي.

۷.۱ په افغانستان کې د CSR لپاره د لیدلوري وضعیت

موږ په افغانستان کې د CSR لپاره تر لیدلوري لاندې د شته وضعیت سپارښتنه کوو: ”د یو مدیریتي یا څارونکي چاپېریال د رامنځته کولو او په افغانستان کې د غوښتنې له اړخه د تسهیل لپاره شته فشار چې شرکتونه هڅوي، جلبوي او مجبوروي یې ترڅو د خپلو کارکوونکو، عامو خلکو، له ګټه پورته کوونکو ټولنو، هېواد او په ټوله کې د چاپېریال پر وړاندې اخلاقي او مسؤولانه چلند وکړي.“

مهم وړاندیزونه

عمومي موخې	کوچنۍ موخې	فعالیت	مسؤول	چټکتیا
د مدني ټولنې بنسټونه (CSO)	د CSR د لید لوري رامنځته کول	په افغانستان کې د CSR لپاره د مدني ټولنې د بنسټونو د لید لوري پیژندل او هغې ته بنه ورکول.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت (AICS)	بېړنی دی
	د CSRلپاره د پوهاوي رامنځته کول	د غوښتنې له اړخه د فشار رامنځته کول	د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د قوانینو، مقررو او قواعدو د رامنځته کولو لپاره په فعاله توګه د حکومت لابي کول	د مدني ټولنې دبنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د شرکتونو د CSR پروګرامونو له پیل سره د مرستې لپاره د یو سازمان رامنځته کول	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت، نوی سازمان	بېړنی نه دی
	د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت د شاخص رامنځته کول (CSRI)	د مهمو شاخصونو پېژندنه	د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د (CSRI) لپاره د عملیاتي طرحې رامنځته کول	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت(AICS)	په منځنۍ کچه بېړنی دی
		د یادې طرحې پلې کول	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت (AICS)	بېړنی نه دی
	حکومتي ادارو ته د یو مناسب چاپېریال رامنځته کول	په CSR کې بنې او اغېزمنې ونډې ته د لارې هوارولو په موخه د اړین حقوقي، مدیریتي او سیاسي چاپېریال د رامنځته کولو لپاره له حکومت څخه ملاتړ	د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت	د مدني ټولنې بنسټونو ته د مناسب چاپېریال رامنځته کول	د عامو خلکو، حکومتي چارواکو او شرکتونو په منځ کې د پوهاوي رامنځته کول.	د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		قانون جوړوونکو/څارونکو ته د قوانینو/ مقرراتو د تصویب په موخه لابی کول.	د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	بېړنی دی
		د مدني ټولنې د بنسټونو د تصدیقونو صدور ته د اعتبار رامنځته کولو/ د اعتبار د بنه کولو لپاره د یو سیستم رامنځته کول.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت	بېړنی دی
		د داسې یو سیستم رامنځته کول څو د CSR پایښت لپاره د مدني ټولنې د بنسټونو پروژوې تأیید کړي.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت	په منځنۍ کچه بېړنی دی
		د داسې سازمانونو رامنځته کول څو له شرکتونو سره د CSR د دوامداره پروګرامونو په جوړولو کې مرسته وکړي.	د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	بېړنی نه دی
حکومت	د CSR لپاره د حقوقي او مدیریتي چاپېریال رامنځته کول	د شرکتونو د ټولنیزو مسؤولیتونو د پیل او یا زیاتوالي په موخه د هڅوونکو وړاندې کول.	حکومت – د ولسمشر دفتر د مالیې، اقتصاد، عدلیې هڅوونکي وزارتونه او پارلمان	بېړنی دی
		د هغو شرکتونو لپاره چې ټولنیز مسؤولیتونه نه مني د قوانینو او مقرراتو او خنډ جوړونکو رامنځته کول.		بېړنی دی
		CSR او برخې یې د حقوقي مکلفیت په توګه جوړې او په اړوا ډېرکتیا سره تنفیذ شي.		په منځنۍ کچه بېړنی دی
شرکتونه	شرکتونو ته د مناسب چاپېریال رامنځته کول	په واضح ډول د هغو هڅوونکو څرګندول چې شرکتونه یې د خپل د CSR د بنکلتیا لپاره ورته اړتیا لري.	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه (ACCI)	بېړنی دی
		له مالیې او اقتصاد وزارتونو سره د CSR د ملاتړ لپاره د قوانینو، مقرراتو او قواعدو په جوړولو کې مرسته.	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه او د مدني ټولنې د سازمانونو ټولنه	بېړنی دی
		د کمپنی د CSR پالیسیو بیا جوړول	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه	بېړنی دی
		د کمپنی د CSR پالیسی/ ستراتیژی د بیا جوړولو لپاره له متخصصو کمپنیو څخه د مرستې او ملاتړ غوښتنه.	د افغانستان د شرکتونو او صنایعو خونه او د مدني ټولنې د بنسټونو ټولنه	په منځنۍ کچه بېړنی دی

بېړنی دی (سور) — په منځنۍ کچه بېړنی دی (نارنجي) — بېړنی نه دی (ژیړ)

شپږم جدول: مهم وړاندیزونه

07

په افغانستان کې د CSR لپاره د ليدلوري وضعيت

۷.۱ په افغانستان کې د CSR لپاره د ليدلوري وضعيت ۶۷
۷.۲ د CSR لپاره د پوهاوي رامنځته کول ۶۷
۷.۳ د CSR لپاره د يو حقوقي او مديريتي چاپېريال رامنځته کول ۶۷
۷.۴ د شرکتونو لپاره د مناسب چاپېريال رامنځته کول ۶۸
۷.۵. د شرکتونو د ټولنيز مسؤوليت د يو شاخص رامنځته کول ۶۸
۷.۶. د مدني ټولنې د بنسټونو، غيرحکومتي سازمانونو او د ټولنې د فعالينو لپاره مناسب چاپېريال ۶۹
۷.۷. د حکومتي ادارو لپاره د چاپېريال برابرول ۷۰

۷.۱ په افغانستان کې د CSR لپاره د لیدلوري وضعیت

موږ په افغانستان کې د CSR لپاره تر لیدلوري لاندې د شته وضعیت سپارښتنه کوو: "د یو مدیریتي یا ځارونکي چاپېریال د رامنځته کولو او په افغانستان کې د غوښتنې له اړخه د تسهیل لپاره شته فشار چې شرکتونه هڅوي، جلبوي او مجبوروي یې ترڅو د خپلو کارکوونکو، عامو خلکو، له ګټه پورته کوونکو ټولنو، هېواد او په ټوله کې د چاپېریال پر وړاندې اخلاقي او مسؤولانه چلند وکړي."

۷.۲ د CSR لپاره د پوهاوي رامنځته کول

دا په افغانستان کې د مدني ټولنې مسؤولیت دی ترڅو د هېواد په کچه د ملاتړ او پوهاوي رامنځته کولو یوه هر اړخیزه ستراتیژي جوړه کړي، ورسره مالي مرسته وکړي او پلې یې کړي څو لاندې مهمې موخې تر لاسه شي:

۱. د غوښتنې له اړخه د داسې فشارونو (د پېرودونکو له خوا) رامنځته کول، چې غیرمسؤول شرکتونه او حکومتي اداري په یو منفي موقعیت کې راوستل شي ترڅو د شرکتونو او حکومتي ځارونکو له خوا د CSR د ښه کولو په موخه د اغېزمنو اقداماتو لپاره د بېړني غبرګون لامل وګرځي. یاد فشارونه د ډله ییزو رسنیو د یو همغږي شوي کمپاین له لارې رامنځته کېدای شي ترڅو د سوداګرۍ د مسؤولیتونو هر یو اړخ مشخص او د ټولنې په هره برخه کې د پام وړ پوهاوی رامنځته کړي.

۲. د قوانینو، قواعدو او مقررو لپاره د یوې مناسبې زېربنا د رامنځته کولو لپاره له حکومتي ادارو سره فعال لابي وشي ترڅو شرکتونه راجلب او اړ یې کړي، چې د خپلو ټولنیزو مسؤولیتونو بشپړ حدود وپېژني او ترسره یې کړي.

۳. د سازمانونو، بنسټونو او بدیلو کانالونو د رامنځته کولو له لارې دې غوره کړنې وپېژندل شي او مسؤولو شرکتونو ته دې مکافات ورکړل شي، هغه شرکتونه چې په ټولنیز مسؤولانه ښه چلند نه کوي وترټل شي. په دې ډول هڅو کې بايي د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت د (CSRI) شاخص هم شامل شي؛ یعنې کوم شرکتونه چې د خپلو کارکوونکو، پېرودونکو، ټولنو، خپلو حکومتونو، چاپېریال او په ټوله کې د نړۍ پر وړاندې مسؤولانه چلند کوي له نورو څخه تجرید یا بېل شي.

د دې فعالیتونو موخه به د داسې یو چاپېریال رامنځته کول وي، چې عام خلک وهڅوي ترڅو له شرکتونو څخه د ټولنیز مسؤولانه چلند غوښتنه وکړي، شرکتونه دې ته وهڅوي ترڅو د عامو خلکو هیلو او غوښتنو ته درناوی وکړي او حکومت دا تضمین کړي، چې د CSR اړوند فعالیتونه په سمه توګه څارل کېږي او دا ډول مقررات په سمه توګه پر شرکتونو پلي شوي دي.

۷.۳ د CSR لپاره د یو حقوقي او مدیریتي چاپېریال رامنځته کول

حکومت مسؤولیت لري، چې د مناسبو قوانینو، مقرراتو او قواعدو له شتون څخه ډاډ ورکړي تر څو دا تضمین شي، چې شرکتونه په ټولنیز مسؤولانه ښه چلند کوي. مناسب اقدامات یې په لاندې ډول دي:

أ. د شرکتونو د قوانینو تعدیل؛ ترڅو د شرکتونو ټولنیزو مسؤولیتونو ته پکې هم اشاره شوې وي. د شرکتونو اداري سیستمونو ته دې د CSR د پلي کېدو مکلفیت وسپارل شي. دا ډول اداري سیستمونه باید د مدیره پلاوي، د بشري سرچینو د څانګو، عملیاتي، بازارموندنې او د شرکتونو نورې اړوندې څانګې مکلفې کړي ترڅو د CSR لپاره یو مناسب چاپېریال برابر کړي. مالي رپورټ باید له اخلاقي اصولو سره سم او روڼ وي، د مالکانو او حکومت اندېښنې باید په بشپړه توګه په پام کې ونیسي. داسې سیستمونه باید په پام وي، چې د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت اړتیاوې پوره کړي او د شرکت د ورځنیو عملیاتو د برخې په توګه د هغې بشپړ پلي کېدل تضمین کړي. د اداري اخلاقي سیستم هم باید د شرکت هغه حقوقي مکلفیتونه په بشپړه توګه په پام کې ونیسي، چې د قانون له مخې منل شوي دي؛ د بېلګې په ډول: د مالیې ورکړه، کارکوونکو ته پاملرنه، له کارکوونکو سره په درناوي او عزت چلند او نور. همداراز دا تضمین کړي، چې د شرکت د عملیاتو له امله چاپېریال ته هېڅ ډول زیان نه رسېږي، کله چې دا تضمین شي؛ نو سوداګري به ګټوره او بریالۍ وي.

ب. د مالیاتو د قانون تعدیل؛ تر څو د هغو شرکتونو لپاره پکې هڅوونکي شامل شي، چې د CSR په فعالیتونو کې ونډه لري. په دې هڅوونکو کې ښايي د مالیاتو کمول، د مالیاتو یا د CSR د اړوندو لګښتونو کسر شامل وي. د مالیاتو د قانون په تعدیل کې ښايي هندي طرحې ته ورته د CSR یوه مالیه هم وضع شي.

ج. د کار د قانون او اړوندو قوانینو تعدیل؛ ترڅو د کارګرانو د حقونو، د مزد ورکړه، د کاري چاپېریال د خوندیتوب قوانین او نور مکلفیتونه پکې شامل شي، چې باید د امریکا د متحدود ایالتونو د حرفوي خوندیتوب او روغتیا معادلې اداري ته ورته د فعالو ځارونکو ادارو له خوا د تنفیذ وړ وي او د سرغړوونکو لپاره د اجرا وړ مجازات پکې شامل شي.

د. د چاپېریال د قانون تعدیل؛ ترڅو د اوبو، هوا، خاورې، بوټو او ژوو، وحشي ځارویو او د چاپېریال اړوند عناصرو د ساتنې شته میکانیزمونو ته وده ورکړي. د چاپېریال

ساتنې ملي اداره (NEPA) بايد په يو څارونکي بنسټ بدله شي او دا واک ولري، چې چاپېريالي چارې وڅاري، جريمې او نور جزايي اقدامات وضع کړي او په دې توګه د قانون تنفيذ تسهيل کړي.

٥. د ملي تداركاتو د قانون تعديل؛ ترڅو ټولو حکومتي ترون کوونکو ته څرګند او لنډ مسؤليتونه پکې شامل شي، د خپلو کارکوونکو، چاپېريال او هغو ټولنو پر وړاندې اخلاقي چلند وکړي، چې دوی پکې کار کوي، او ښايي پرې ټولنيزې اغېزې ولري. حکومت بايد داسې يو سيستم رامنځته کړي ترڅو دا تضمين کړي، چې د ترون کوونکو په ترون پورې اړوند مکلفيتونه په سم او اغېزمن ډول اجرا شوي دي او د دې د تنفيذ په بهير کې هېڅ ډول زغم ته ځای نه شته.

حکومت بايد نور اړوند قوانين هم تعديل او بيا کتنه پرې وکړي، چې د شرکتونو لپاره د يو مديريتي او حقوقي مکلفيت د رامنځته کېدو لپاره لار هواره کړي، ترڅو شرکتونه نه د انتخاب له مخې بلکې د يو قانوني او مديريتي اړتيا له مخې په عملي ډول په ټولنيزو مسؤوليتونو کې ونډه واخيستلای شي.

۷.۴ د شرکتونو لپاره د مناسب چاپېريال رامنځته کول

په CSR کې د شرکتونو ونډې اخيستلو او يا د دې ډول فعاليتونو د ښه کولو په موخه درې مهمې لارې شتون لري:

- د CSR د پيل او يا ډېروالي په موخه د هڅوونکو وړاندې کول.
- د هغو شرکتونو لپاره چې په ټولنيز ډول مسؤول نه دي د قوانينو، مقررو او منع کوونکو رامنځته کول.
- په حقوقي مکلفيت باندې د CSR بدلول او په خورا ټينګار سره يې تنفيذول.

لومړی لار د مالي هڅوونکو لکه د مالياتي کموونکو، کسر کوونکو (پر هغه څه چې ماليه نه ورکول کېږي)، د پور د يوې برخې د ورکولو له لارې تر لاسه کېږي او شرکتونو ته وخت ورکوي ترڅو د CSR د اړوندو فعاليتونو لګښت ورکړي. دا ډول اقدامات به د CSR د لګښتونو بار پر شرکتونو راکم کړي او هغوی به وهڅوي، چې په هرډول داخلي او بهرنيو فعاليتونو پيسې ولګوي ترڅو په دې توګه خپل ټولنيز دَين ترسره او تر هغې هم ډېر څه وکړي.

د قوانينو او مقرراتو د رامنځته کولو دويمه لار چې په ټولنيزو مسؤولانه فعاليتونو کې د ونډې نه اخيستنې بيه لوړوي، دا به شرکتونه وهڅوي ترڅو هغه وخت چې دوی د کار قانون، د چاپېريال قانون، د کاري چاپېريال خونديتوب، د روغتيا او برابرۍ قانون، د ټولنيز پيوستون قانون، د شرکتونو قانون او نور اړوند قوانين، مقررې او قواعدو په رعايتولو کې پاتې راځي پر شرکتونو د فيس، مجازاتو او مالياتو له وضعې مخنيوی وکړي. له دې امله به شرکتونو ته له دې قوانينو سره توافق ډېرعملي وي او په دې توګه به د دې پر ځای چې قوانين مات کړي خپلو مالکانو ته به لګښتونه خوندي کړي.

د لومړۍ او دويمې لارې ترکيب يو اعظمي رضاکار ګډون به د شرکتونو له خوا تضمين کړي، چې په ډېرېو مخ پر ودې هېوادونو کې په معمولي ډول تر سره کېږي.

دريمه هغه لار ده، چې هند پلې کړې ده، په دې لار کې د CSR لګښتونه د ګټې د يوې سلنې په توګه له مالي وړاندې وضع کېږي او يو لړ نور شرايط هم لري. يو لړ مشرح قوانين، مقررې او قواعد د CSR د حقوقي مکلفيت له قانون څخه ملاتړ کوي او د هغې بشپړ تنفيذ ته لار هواروي، دا لار د هغو کسانو پر وړاندې يو خنډ دی، چې د CSR په لګښتونو کې د قانوني مکلفيت په توګه ونډه نه اخلي؛ نو په دې لار کې ياده برخه پيسې له جريمې سره يو ځای اخيستل کېږي. د مخ پر ودې هېوادونو لپاره دا ډول جريمې ښايي تر ټولو لږه پايښتونکي لار وي ځکه چې دې ته د يوې اضافي مالي په سترګه کتل کېدای شي؛ نو ځکه ښايي نسبتاً په آسانۍ سره تعديل شي.

درې يادې لارې ښايي د CSOs او NGOsله خوا نورې هم ښې شي او ملاتړ تر لاسه کړي او ښايي داسې فعاليتونه پر غاړه واخلي، چې شرکتونو ته به د شرکتونو د نړۍ له خوا د بسپنو او مرستو تر لاسه کوونکي يا د هغوی ځايونه پېژندل اسانه کړي.

۷.۵. د شرکتونو د ټولنيز مسؤوليت د يو شاخص رامنځته کول

د شرکتونو ټولنيز مسؤوليت (CSR) ګڼ شمېر برخې لري، چې په ګډه د CSR پروګرامونه جوړوي، چې نن يې شرکتونه د پلي کولو لپاره هڅه کوي. د CSR پروګرام يوه برخه د يو باثبات کاري چاپېريال رامنځته کول دي، چې روغتيايي، خوندي او مکافات ورکوونکې دنده پکې شامله ده، همداراز د جندر برابري، برابر معاشونه، له توکميزو او جنسي ځورونو څخه مخنيوي او کارکوونکو ته د روغتيايي مالې، د ښوونې مالي پوښښ او داسې نور تضمينوي. بله برخه د هغو ټکنالوژيو او کړنلارو د کارولو له لارې ده، چې د هوا، اوبو، او خاورې ککړتيا راکموي او د وحشي ځناورو، بوټو او ژوو ساتنه کوي، د کمپنۍ له خوا د چاپېريالي ناوړه

اغېزو نښې نښاني راټیټوي او په دې توګه سوداګرۍ ته یوه مسؤولانه او راتلونکې ته هیله منه کړنلار رامنځته کوي. د شرکتونو د CSR د ژمنتیا یوه بله برخه د اخلاقي کار لارې چارې دي لکه له بډې اخیستلو، د منفي نفوذ او نورو غیراخلاقي لارو چارو څخه مخنیوی. شرکتونه د خیریه ورکړو له لارې د بېوزلو خلکو ژوند ته آسانتیا راوستلای شي او د اړتیا پر مهال ورڅخه ملاتړ کوي، د ټولنې له بېوزلو او د ژوندانه له اړینو معیارونو محرومو ګروو سره د مرستې له لارې خپل ټولنیز مسؤولیت ترسره کوي. همداراز شرکتونه کولای شي د ټولنې په پراختیا (چې ګټه اخیستونکي یې په ټوله کې خلک دي) کې ونډه واخلي؛ لکه: له ښوونیز سکتور، روغتیایي خدمتونو، اوبو، روغتیا ساتنې، د کاري زمینو رامنځته کولو، د توکو او خدمتونو ګټورې تبادلې، د پوهاوي رامنځته کولو او نورو عمومي ټولنیزو خیر ښېګڼو څخه ملاتړ یکې شاملېږي. د دې ټولو څخو ترکیب د CSR هر اړخیز پروګرام جوړوي او باید د هر هغه وګړي له خوا په نښه شي، چې په دې سکټور کې ښکېل دی.

موږ د شرکت د ټولنیز مسؤولیت د شاخص (CSRI) پر داسې طرحې او پلي کېدو ټینګار کوو، چې د ټولنیزې ښکېلتیا او مسؤولیت د کچې له مخې د شرکتونو ارزښت ټاکي. شرکتونه باید د خپلو ټولنیزو ښکېلتیاوو له مخې وپېژندل شي، تأیید شي او ارزښت یې وټاکل شي او له یوې مثبتې سیالۍ سره له ورستي شرکت څخه لوړ او ښه ارزښت ورکړل شي. وروسته بیا شرکتونه له یوې خوا دغه ورکړل شوي امتیازات د خپلې بازار موندنې د کمپاینونو د ملاتړ لپاره کارولای شي او له بلې خوا خپل پېرودونکي او د هغوی وفاداري ډېرولای شي.

۷.۶. د مدني ټولنې د بنسټونو، غیرحکومتي سازمانونو او د ټولنې د فعالینو لپاره مناسب چاپېریال

د مدني ټولنې بنسټونه (CSOs)، غیرحکومتي سازمانونه او د ټولنې فعالین پینځه مهمې ونډې لري، چې د خصوصي او دولتي شرکتونو له خوا د CSR د یوې ښې ښکېلتیا لپاره یې باید تر سره کړي.

۱. په افغانستان کې د یو خورا ستر CSR د اخلاقي بنسټ او ارزښت په اړه د عامو خلکو، حکومتي چارواکو او شرکتونو په منځ کې د پوهاوي رامنځته کول. دا لوبغاړي کولای شي په افغانستان کې د CSR د ارزښت په اړه دغه پوهاوي د ډله ییزو رسنیو د کمپاینونو؛ په ښوونځیو، پوهنتونونو او نورو علمي بنسټونو کې د ښوونې له لارې او د ورکشاپونو، ګردیو مېزونو د بحثونو او سیمینارونو د جوړولو له لارې رامنځته کړي. دوی کولای شي د مثبتې پیاوړتیا او د انتقادي ارزونې یو ترکیب وکاروي تر څو په دې اړه چې شرکتونه باید څه وکړي او څه کولای شي لا نوره پوهه هم وهڅوي او خپل ټولنیز مسؤولیت تر سره کړي. دوی په افغانستان، سیمه او همداراز په نړۍ کې د CSR د ښو بېلګو په مشخصولو سره مثبته پیاوړتیا تر لاسه کولای شي. دوی همداراز کولای شي په CSR کې د شرکتونو له ښکېلېدو وړاندې او وروسته وضعیت خپلو کارکوونکو، خپل کاري چاپېریال، د هغې ټولنې لپاره چې دوی پکې ونډه لري، د هغه هېواد لپاره چې دوی پکې فعالیت کوي او یا په نړیواله کچه مشخص کړي.

۲. د قوانینوو، مقررو او قواعدو د تصویب او د مدیره پلاوي په کچه او د قانون پر ټولو سرغړوونکو د همدې قوانینو د تنفیذ لپاره د قانون جوړوونکو لابي کول. دا ډول قوانین، مقررې او قواعد باید د ټولنې هره برخه تر پوښښ لاندې راولي او په CSR کې د ونډې اخیستلو لپاره دې هڅوونکې وړاندې کړي همداراز هغو کسانو ته دې مخنیوي کوونکې وړاندې شي، چې پر خپلو ټولنیزو مسؤولیتونو سترګې پټوي. موږ یاد حقوقي او مدیریتي بدلونونه په ۴.۳.۸ څپرکي کې مشخص کړي دي.

۳. د باثباتو او عملي سازمانونو په توګه د NGOs/CSOs د اعتبار د ښه کولو لپاره دې یو سیستم رامنځته شي ترڅو شرکتونه وکړای شي د خپل CSR په نوښتونو او بودیجې کې ورڅخه په اغېزمن ډول ملاتړ وکړي. دا سیستم د NGO/CSO د تصدیق لیکونو د صدور پر یوې اداري او په مشخصو سیمو او موقعیتونو کې له پام وړ ټولنو سره په یو لړ سکتورونو کې د مالي او عملیاتي مدیریت د پیاوړتیا او وړتیا درلودونکو سازمانونو په توګه پر AICS او NGOs/CSOs تکیه کوي؛ د بېلګې په توګه: "X" سازمان د اداري سیستمونو، مالي مدیریت او څارونکو میکانیزمونو یوه مناسبه ټولګه او د عاید زېږوونکو فعالیتونو په برخه کې د کابل، هرات او فراه په ولایتونو کې ښځو او ماشومانو ته د خدمت عملیاتي وړتیا لري.

۴. د NGOs/CSOs د تأیید شوو پروژو د عملي امکاناتو، اغېزمنتوب، د لېوالتیا کچې او لګښت د وړتیا د ارزولو لپاره د یو سیستم رامنځته کول. یاد سیستم /NGOs CSOs ته فرصت ورکوي ترڅو خپلې پروژې یوې ډلې ته د بیا کتنې لپاره وړاندې کړي، چې دا ډله بیا وروسته د دې پروژو بېلابېل اړخونه ارزوي او د عملي امکاناتو، دوام، د لېوالتیا د کچې، اغېزمنتوب او د لګښت د وړتیا یا ارزښت پر بنسټ یې ارزښت ټاکي. یاده ډله بیا درجه بندي شوې پروژې ځرګندوي او د ملاتړ او یا د شرکتونو د CSR د نوښتونو د برخې په توګه یې د منلو لپاره شرکتونو ته وړاندې کوي.

۵. د سازمانونو او یا د شته سازمانونو د برخو رامنځته کول؛ دا له شرکتونو سره د CSR د هر اړخیزو پروګرامونو په جوړولو کې مرسته کوي، چې کورني او بهرني نوښتونه او مسؤولیتونه پکې شامل وي. دا ډول سازمانونه له شرکتونو سره مرسته کولای شي څو خپل اداري سیستمونه، د خپلو کارکوونکو اړیکې، پر چاپېریال خپلې اغېزې، قوانینو، مقررو او قواعدو ته خپله وفاداري او همداراز خپل بشر دوستانه او خیریه فعالیتونه داسې تعدیل کړي، چې دوی ته دا زمینه برابروي تر څو خپلو خلکو یا ټولنو ته یو څه ورکړي.

د یادو پینځو فعالیتونو ترکیب په هېواد کې د CSR یوه فعاله او عملي ښکېلتیا تضمینوي.

د NGO/CSO کار د دې ور ګرځوي څو داسې زېربنا رامنځته کړي، چې له بسپنه ورکوونکو، حکومتي ادارو او هغو شرکتونو څخه NGO/CSO ته مالي مرستې برابرې کړي، هغوی دې مهمې اجنډا ته د دوام ورکولو لپاره وهڅوي او ترسره کېدل یې تضمین کړي، چې له وړاندې د CSR لپاره د ملاتړ په تبلیغ کې ونډه لري.

۷.۷. د حکومتي ادارو لپاره د چاپېریال برابرول

حکومتي ادارې په مسؤولانه بڼه په ټولنیزو مسؤولیتونو کې د شرکتونو د ونډه اخیستنې لپاره د یو مناسب چاپېریال د برابرولو مسؤولیت لري. له دې سره حکومت هم په CSR کې د یوې اغېزمنې او سترې ښکېلتیا د ملاتړ لپاره د یو اړین حقوقي، مدیریتي او سیاسي چاپېریال د رامنځته کېدو لپاره یو مناسب چاپېریال ته اړتیا لري. د دې بدلونونو ممکنول په اصل کې د NGOs/CSOs او د هغوي د بسپنه ورکوونکو او د هغو رسنیزو کانالونو مسؤولیت دی، چې د CSR د ډېرې ښکېلتیا ملاتړي دي. یاده ډله به د هغو حکومتي چارواکو په لا واک ورکولو او جرأت ورکولو کې مرسته وکړي، چې د شرکتونو له خوا د یو ستر ټولنیز مسؤولیت د دوام لپاره لر لید لري. د دوی نوښتونه پیاوړي او د دوی حرکت چټک کېدای شي څو په پای کې یې د پام وړ قانوني، مدیریتي (څارونکی) او سیاسي چاپېریال رامنځته شي. په پورتني ۴.۸.۵ څپرکي کې ۱ او ۲ شمېرې هغه مهم فعالیتونه دي، چې د حکومت لپاره د یو مناسب چاپېریال د رامنځته کولو په موخه لار هواروي.

د مهمو وړاندیزونوعملي کول

#	موخه	فعالیت	مسؤولیت
۱	د CSR لپاره د هڅوونکي پېژندل	د CSR د کمپاین لپاره د اصلي دارالانشاء د ټاکلو په موخه د مدني ټولنې د بنسټونو (CSOs) د غونډو جوړول. د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت د CSR یوه ممکنه دارالانشاء ده.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت
۲	د CSRد ستراتیژیکو موخو پېژندل	د CSR د کمپاین د مدیریت لپاره د مدني ټولنې د بنسټونو په ټولنه کې د یو کاري څواک یا ډلې رامنځته کول.	د CSR دارالانشاء
		د CSR د کمپاین لپاره د رضا کارۍ، نیمه – رضاکارۍ، یا الزامي په ګډون د ستراتیژیکو لارو بیا کتنه او د تعقیب لپاره یې د یوې لارې ټاکل.	د CSR دارالانشاء
۳	د پوهاوي د رامنځته کولو کمپاین	د CSR د کمپاین لپاره د یوې ستراتیژۍ طرح کول	د CSR دارالانشاء
		د CSR د کمپاین د تمویل لپاره د مالي مرستو راغونډول	د CSR دارالانشاء
		د CSR د کمپاین په لار اچول	د CSR دارالانشاء
۴	د سیاسي ملاتړ کمپاین	د سیاسي ملاتړ د یوې ستراتیژۍ جوړول څو لاندې ټکي پکې شامل وي: – له حکومتي چارواکو سره د منظمو ناستو جوړول – د تلویزیوني / راډیویي بحثونو، ګردیو میزونو او مرکو ترسره کول – د ورکشاپونو او سیمینارو جوړول – د قوانینو، قواعدو او مقررو له تسوید سره مرسته کول	د CSR دارالانشاء
		د سیاسي ملاتړ کار ته د بودیجې او مالي مرستو برابرول	د CSR دارالانشاء
		د سیاسي ملاتړ د کمپاین په لار اچول	د CSR دارالانشاء
۵	د مدني ټولنې د بنسټونو د تصدیق لیکونو صدور	له مخکې جریان لري.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت
٦	د مدني ټولنې د بنسټونو د پروژو تصدیق	د مدني ټولنې د بنسټونو د تصدیق لیکونو د طرحې او کړنلارې رامنځته کول، تر څو لاندې ټکي پکې شامل شي: – د تخنیکي او مالي امکاناتو لپاره د پروژو ارزول – د پروژې لپاره د ټولنې د ملاتړ، ارتیا او همداراز له نورو پروژو سره د همغږۍ ارزول – د دې پروژې د ترسره کولو لپاره د مدني ټولنې د بنسټونو (CSO) د تخنیکي او مدیریتي وړتیاوو معلومول – د پروژې د شرحې، توجیه او همداراز د اسنادو ارزونه	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت
		د دې کړنلارې د چټک پیل لپاره د مالي مرستو راغونډول، د خدمتونو د برخې لپاره د فیس شاملول.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت
		د پروژو د تبلیغ لپاره د یو ویب پورټل جوړول.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت
		د مدني ټولنې بنسټونو، شرکتونو او بسپنه ورکوونکو ته د تصدیق لیکونو په اړه تبلیغ کول.	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتوت
۷	د شرکتونو د ګډ ټولنیز مسؤولیت د یو شاخص رامنځته کول (CSRI)	د CSRI د مهمو اجزاوو پېژندل؛ څو د کاري چاپېریال فکتورونه، چاپېریالي اغېزې، د کار اخلاقي لارې چارې، خیریه ورکړه، د ټولنې پراختیا او نور پکې شامل وي.	د CSR دارالانشاء
		د CSRIد تمویل او تبلیغ د څرنګوالي په اړه د یوې ستراتیژۍ جوړول.	د CSR دارالانشاء
		د نوښتونو په لار اچول.	د CSR دارالانشاء
۸	د CSR لپاره د د پیل د یوه ټکي رامنځته کول	د CSR د نوښتو د پیل لپاره له شرکتونو د ملاتړ د څرنګوالي په اړه د یوې ستراتیژۍ طرح کول.	د CSR دارالانشاء
		د هغو ممکنه بنسټونو/ سازمانونو پېژندل چې دمخه یې په سیمه یا نړۍ کې دا کار کړی وي، لکه د منځنی آسیا CSR (www.csr-ca.com) او د ټولنیز مسؤولیت لپاره سوداګري (www.bsr.org).	د CSR دارالانشاء
		د افغانستان لپاره د CSR په لار اچولو او د پیل د ټکي د برابرولو په موخه د مالي مرستو راغونډول	د CSR دارالانشاء
		په افغانستان کې د CSR د پیل د ټکي د حضور رامنځته کول او د عملیاتو پیل.	د CSR دارالانشاء

شپږم جدول: د مهمو وړاندیزونوعملي کول

08

يوه ځغلنده کتنه

۸.۱ يوه ځغلنده کتنه ۷۵
۸.۲ د CSR د ستراتيژيکو موخو پېژندل ۷۵
۸.۳ د پوهاوي د رامنځته کولو کمپاين ۷۵
۸.۴ د شرکتونو د ټولنيز مسؤوليت د شاخص رامنځته کول ۷۵
۸.۵ د سياسي ملاتړ کمپاين ۷٦
۸.٦ د مدني ټولنې د بنسټونو د تصديق ليکونو صدور ۷٦
۸.۷ د CSO د پروژو تأييد ۷٦
۸.۸ د CSR د پروګرامونو لپاره د پيل ټکی ۷۷

۸.۱ یوه ځغلنده کتنه

موږ د دې طمع نه لرو، چې یا به حکومت او یا به د سوداګرۍ سکټور د افغانستان لپاره د یو رسمي CSR د موږ د دې طمع نه لرو، چې یا به حکومت او یا به د سوداګرۍ سکټور د افغانستان لپاره د یو رسمي CSR د رامنځته کولو نوښت په لاس کې واخلي. د مدني ټولنې د ټولنیز مسؤولیت او ټولنیز خدمت د موخې له امله دا د CSOs مسؤولیت دی ترڅو په افغانستان کې د CSR د رسمي کولو د لاربښوونې د ستري دندې مسؤولیت پر غاړه واخلي. د افغانستان د مدني ټولنې انستیټیوت د یوې اوږدې مودې لپاره په دې برخه کې دا نوښت په لاس کې اخیستی دی. دې انستیټیوت له وړاندې د NGO/CSO د اعتبار ورکولو/ تصدیق ورکولو یو پروګرام پیل کړی دی؛ د ظرفیت د پراختیا او د اعتبار د لوړولو په موضوعاتو کې د /CSOs NGOs د ګډون په موخه یې بنسټیزه ورټیا رامنځته کړې ده؛ یعنې دې انستیټیوت له وړاندې په افغانستان کې د CSR د وضعیت د ارزولو لاربښوونه په لاس کې نیولې ده. له همدې امله په افغانستان کې د CSRد رسمي کولو د هڅو د لاربښوونې لپاره AICS په یوه غوره دریځ کې ولاړ دی. د دې ستري دندې په واک کې د نیولو په موخه، AICS باید د بسپنه ورکوونکو ملاتړ ترلاسه، مالي مرستې راغونډې او یو مهم مسؤولیت پیل کړي، چې دا لاندې برخې پکې شاملېږي:

۸.۲ د CSR د ستراتیژیکو موخو پېژندل

دغه ارزونه په افغانستان کې د اغېزمن CSR لپاره د ګټور قانوني او مدیریتي چاپېریال د رامنځته کېدو په موخه یو لړ سپارښتنې او لارې چارې وړاندې کوي. هغوی په دې کې یوه داسې بشپړه رضا کاره لار شامله کړې، چې همدا اوس په افغانستان کې ترې کار اخیستل کېږي؛ یاده لار د اطاعت نیمه مدیریتي لار ده، چې په پرمختللې نړۍ کې یوه مهمه موضوع ګڼل کېږي؛ او د CSR یو داسې بشپړ کنټرول شوی چاپېریال تنظیم کړی، چې په هند کې د یوې ارزښت وړ موضوع په سترګه ورته کتل کېږي. هره لار پیاوړې او کمزورې ټکي لري. دا یوه د پام وړ خبره ده، چې AICS په یوه لار د داسې ټولنې یا اجماع د رامنځته کولو په لټه کې دی ترڅو په هېواد کې د CSR کمپاین پر مخ بوځي. د ستراتیژیک لوري او د پام وړ لارې د ټاکلو په موخه AICS به د مدني ټولنې د بنسټونو په ټوله کې یو بحث پیل کړي ترڅو په افغانستان کې د CSR د رسمي کولو لپاره پر یوې لارې او یا د څو لارو په ترکیب یوې پایلې ته ورسېږي. د افغانستان د مدني ټولنې انستیټیوت بیا په راتلونکو کلونو کې د پوهاوي د رامنځته کولو، سیاسي لابي کولو او اړوندو سوداګریزو کمپاینونو سره په ګډه په ستراتیژیکه بڼه ټاکل شوې لار پر مخ بوځي.

۸.۳ د پوهاوي د رامنځته کولو کمپاین

د افغانستان د مدني ټولنې انستیټیوت به د بازار موندنې له یوې کمپنۍ سره په ګډه د هېواد په مهمو ښارونو کې د بازار موندنې د بیلبورډونو یو داسې هر اړخیز کمپاین په لار واچوي، چې د راډیو، ټلویزیون، ټولنیزو رسنیو او نورو یو ترکیب پکې شامل وي. د یاد کمپاین مخاطبان باید شرکتونه اوعام خلک وي. د کمپاین موضوع به د هېواد په اقتصادي پراختیا کې د شرکتونو پر مثبتې ونډې او د دوی پر شته او د طمعې وړ ټولنیزو، چاپېریالي، بشري او پراختیایي مرستو ټینګار وي. د مدني ټولنې انستیټیوت باید په دې کمپاینونو کې د شرکتونو او د مدني ټولنې د بنسټونو تر منځ د مثبتې همکارۍ رول هم روښانه کړي.

د رسنیو کمپاین باید د ګردیو مېزونو له بحثونو، ورکشاپونو، سیمینارونو او کنفرانسو سره ضمیمه وي، چې په ترڅ کې به یې پر CSRد بحث له لارې د CSR د اغېزې د ټاکلو او همدا راز د CSR د نوښتونو د اغېزمنتوب د ډېرولو لپاره ادبیات رامنځته او موضوعي څېړنه به پیل شي.

۸.۴ د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت د شاخص رامنځته کول

د مدني ټولنې انستیټیوت د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت یو شاخص (CSRI) رامنځته کولای شي، چې د شرکتونو له خوا د ټولنیز مسؤولیت د ښکېلتیا د لاندې مهمو فکتورونو پربنسټ درجه بندي پکې شامله ده:

۱. د کاري چاپېریال فکتورونه: د یو روغتیایي، خوندي او د قناعت وړ کاري چاپېریال ساتنه. دې ډول کاري چاپېریال کې به د جندر برابري، په معاشونو کې برابري، د توکمیزو او جنسي څورونو مخنیوی او د کارکوونکو د روغتیایي بیمې او د زده کړې د لګښت د ورکړې په ګډون د امتیازاتو وړاندې کول شامل وي.

۲. چاپېریالي اغېزې: د هوا، اوبو او خاورې د ککړتیا د کمولو په موخه د ټکنالوژیو او کړنلارو د کارولو له لارې په چاپېریال کې د زیانونو د نښو را کمول؛ د وحشي ځناورو، بوټو او ژوو ساتنه او د سوداګرۍ د یوې مسؤولې راتلونکې لپاره پلان شوې کړنلارې رامنځته کول.

۳. اخلاق: د اخلاقي کار په کړنو کې ښکېلتیا لکه له بډې اخیستنې، منفي نفوذ او نورو غیر اخلاقي کړنو مخنیوی.

٤. خیریه ورکړې: د خیریه ورکړو (خیرات) له لارې د ټولنې له بېوزلو او محرومو غړو سره مرسته کول، چې د اړتیا پر وخت د خلکو ژوند ته آسانتیا راولي.

٥. د ځایي ټولنې پراختیا: په ټوله کې له ټولنو څخه ملاتړ، لکه له ښوونیز سکټور، اوبو او روغتیا ساتنې،

د کاري زمینو د برابرولو، د توکو او خدمتونو د اغېزمنې تبادلې او نورو عمومي ټولنیزو پرمختګونو ځخه ملاتړ.

یاد شاخص به دا تضمین کړي، چې شرکتونه یو شمېر سیستمونه لري، د هر فکتور اړتیاوې پوره کوي او په هر فکتور کې د دوی د شکېلتیا بېلابېلې کچې توضیح کوي. شرکتونه به اړ وي، چې د CSRI د درجه بندۍ د تر لاسه کولو لپاره پیسې ولګوي او دا فرصت به ولري، چې دغه درجه بندي د بازار موندنې د موخو لپاره وکاروي. شوني ده، چې د افغانستان د مدني ټولنې انستیتیوت د ستندرډونو له نړیوال سازمان او نورو نړیوالو ادارو سره همکارۍ ته اړتیا ولري ترڅو په سمه توګه دغه شاخص تنظیم او د هغه د اعتبار دوام تضمین کړي.

۸.۵ د سیاسي ملاتړ کمپاین

د مدني ټولنې د بنسټونو له شبکې ځخه د ګټې اخیستنې له لارې AICS باید په افغانستان کې د CSRد یو مدیریتي جوړښت په ننګه د سیاسي ملاتړ/لابي لپاره یوه ستراتیژي طرحه کړي. د سیاسي ملاتړ مسؤوله ډله باید د دوامدارو او ثابتو فعالیتونو یوه ټولګه تنظیم کړي، چې موخه یې پر رسنیزو کمپاینونو پانګونه ده ترڅو سیاسي اراده د یو منظم CSR پر لور بدله کړي لکه چې په پورتنۍ ۸.۱ برخه کې تعریف شوی دی. یاد کمپاین باید له لاندې برخو ځخه جوړ وي:

أ. له قانون جوړوونکو، حکومتي چارواکو او سیاسي ګوندونو سره د منظمو غونډو جوړول څو سیاسي اقدامات د یو منظم CSR په ننګه وهڅول شي.

ب. په هېواد کې د CSR لپاره د یو مدیریتي جوړښت د رامنځته کولو د ارزښت په اړه د راډیویي/ټلویزیوني بحثونو، ګردیو مېزونو او مرکو جوړول.

ج. د یو منظم CSR په ملاتړ د ورکشاپونو او سیمینارونو جوړول.

د. په هېواد کې د CSR لپاره د قوانینو، مقررو او قواعدو د تسوید له لارې له سیاسي اقداماتو ځخه ملاتړ او بیا له طعمې سره سم د دې قوانینو او مقررو د تصویب لپاره د فشار واردول.

ه. د یو مدیریتي یا ځارونکي چاپېریال له لارې د یو منظم CSR په ګټه د یو فشار رامنځته کول او بیا تاکل شوو موخو ته تر رسېدو پورې د دې فشار ساتل.

دغه ژمنې باید په پوره ډول تمویل او ملاتړ شوي وي؛ د دې د تمویل میکانیزمونه باید مشخص او د هېواد له قوانینو او د بسپنه ورکوونکو له اندېښنو سره برابر وي. په کوم ځای کې چې په دې سیاسي ملاتړ کې د ونډې اخیستو لپاره بسپنه ورکوونکو ته محدودیتونه وي، باید له خصوصي سکټور، بنسټونو او د مدني ټولنې له نورو بنسټونو سره بدیلې ملګرتیاوې رامنځته شي ترڅو ټاکل شوو موخو ته د رسېدو لپاره لار هواره کړي.

۸.٦ د مدني ټولنې د بنسټونو د تصدیق لیکونو صدور

د مدني ټولنې انستیتیوت له وړاندې د CSOs د تصدیق لیکونو په صدور کې ونډه لري؛ نو دوی باید دا هڅې تلپاتې پایلې ته تر رسېدو پورې جاري وساتي.

۸.۷ د CSO د پروژو تأیید

د مدني ټولنې انستیتیوت باید یوه داسې څانګه رامنځته کړي، چې دنده یې د هېواد په ټولو برخو کې د CSOs له خوا د پروژو تأیید، اعتبار ورکول او ″ تصدیق کول“ وي.

دا څانګه باید د CSO د پروژو د ارزښت او کیفیت په اړه خپل نظر وړاندې کړي. دا پروژې باید لومړی تنداري ته وړاندې کړي او بیا یې د مالي مرستې لپاره سپارښتنه وکړي. تنداري ته د پروژو وړاندې کول باید د ارزونې لاندې معیارونه له ځان سره ولري:

- ټولې لست شوې پروژې باید د لاندې معیارونو لپاره و ارزول شي:
  - ⏮ تخنیکي امکانات
  - ⏮ مالي امکانات
  - ⏮ د خلکو ملاتړ

- دا تأیید شي، چې پروژه د پام وړ سیمې یوه واضح اړتیا پوره کوي او هغه اړتیا په واضح ډول تعریف شوې ده.
- د دې ټاکل چې آیا:

⏮ نور CSOs همدا/دې ته ورته خدمتونه وړاندې کوي. که چېرې ځواب هو وي، دغه پروژه له نورو لوبغاړو سره څنګه شه همغږې کېدای شي؟
⏮ آیا یاده پروژه د CSO د تخصص په برخه کې ده؟
⏮ آیا د پروژې بودیجه په سمه توګه طرحه شوې ده، لګښت یې په مناسب/منطقي ډول او د بسپنه ورکوونکي اداري له عادي غوښتنو سره سم ټاکل شوی دی؟
⏮ د مدني ټولنې دغه بنسټ تخنیکي او عملیاتي وړتیا لري (په سیمه کې شتون، تخنیکي کارکوونکي، او داسې نور.) څو دغه پروژه په سمه توګه پلې کړي.
⏮ د دې پروژې لپاره سم دلایل وړاندې شوي

دي ترخـو د بسـپنه ورکوونکـو د قناعـت وړ وګرځـي.

- د پروژې له ځانګړي ماهيت سره اړوند نور فکتورونه.

يوه پـروژه چـې د مـالي لګښـت د تمويـل لپـاره تأييـد شـوې وي بايـد دا او نـورې ورتـه وړتيـاوې پـوره کـړي. د دې due diligence (د تـرون لـه لاسليکولو وړانـدې د يـو کـس يـا يـوې سـوداګرۍ ارزونـه) د تـر سره کولـو لپـاره دغـه CSO بايـد AICS تـه حـق الزحمـه ورکـړي، چـې دا بـه بيـا د دې پـروژې د بياکتنـې د لګښـت لپـاره وکارول شي.

د مـدني ټولنـې انسـتيتيوت بايـد د خپـل ويـب پاڼې/پورټـل لـه لارې او لـه ويـب پاڼـې سربېـره بسـپنه ورکوونکـو او د هـر سـکټور شرکتونـو تـه د مـالي تمويـل لپـاره يـوه ټاکلـې پـروژه وړانـدې کـړي.

دغـه پورټـل بـه شرکتونـو تـه دا زمينـه برابـره کـړي، چـې پـه هـر سـکټور او د هېـواد پـه کـچـه مناسـبې پـروژې پـه نښـه کـړي ترڅـو دا تضميـن شي، چـې د دوی د CSR بوديجـې پـه اغېزمـن ډول لګېدلې/تـرې ګټـه پورتـه شـوې ده.

۸.۸ د CSR د پروګرامونو لپاره د پيل ټکی

د مـدني ټولنـې انسـتيتيوت داسـې يـو بنسـټ رامنځتـه کـولای شي، چـې د شرکتونـو لـه خـوا CSR د نوښـتونو لپـاره د پيـل د ټکـي پـه توګـه دنـده تـرسره کـړي. هـر شرکـت چـې د يـو هـر اړخيـز CSR پروګـرام د پيـل هيلـه لـري کـولای شي AICS پـه کار وګـماري ترڅـو د دوی د CSR لپـاره دا ډول سـتراتيژي جـوړه او بيـا د يـادې سـتراتيژۍ پـه پـلي کولـو کـې لـه هغـوی سره مرسـته وکـړي. شرکتونـه بـه AICS تـه د دې خدمتونـو پـه بـدل کـې حـق الزحمـه ورکـړي، او AICS بـه دا پيسـې د خپلـې بازارمونـدنـې د کمپاينونو، ملاتـړ او نـورو پـه ګـډون د CSR نـورو اړونـدو نوښـتونو د ملاتـړ لپـاره وکاروي.

”د منځنـۍ آسـيا CSR“ د پرتلـې وړ کمپنـي ده، چـې د منځنـۍ آسـيا پـه سـيمه کـې ورتـه خدمتونـه وړانـدې کـوي. ويـب پاڼـې يـې دوی ”پـه منځنـۍ آسـيا کـې د سـوداګرۍ د ثبـات او مسـؤوليتونو پـه برخـه کـې د يـو کارپـوه سـازمان پـه توګـه تعريـف کـړی، چـې موخه يـې د سازمانونو د ټولنيـز، چاپېريالي، او اقتصـادي غـوره توبونـه وده ده.“ دوی ”لـه سـازمانونو سره مرسـته کـوي ترڅـو مسـؤولې پاليسـۍ او فعاليتونـه پـه هغـه ډول پيـل کـړي، چـې د خپلـې سـوداګريو اقتصـادي وده پـه داسـې حـال کـې تضميـن کـړي تـر څـو ايکالوژيکـي ثبـات او ټولنيـزه وده پـه پـام کـې ونيسـي. د ورتـه يـو تعريـف رامنځتـه کـول بـه لـه هيلـې سره سـمه يـوه دنـده وي، چـې د AICS او يـا يـو بديـل سـازمان لـه خـوا پـر غـاړه اخيسـتل کېـږي. د مـدني ټولنـې انسـتيتيوت ښـايي دا پرېکـړه وکـړي، چـې د منځنـۍ آسـيا CSR تـه بلنـه ورکـړي او يـا ورسره پـه ګـډه کار وکـړي ترڅـو پـه افغانسـتان کـې حضـور ومومي او خپـل کار پـه دې هېـواد کـې تکـرار کـړي. پـه افغانسـتان کـې تـر هـر ډول شرايطـو لانـدې شرکتونـه د يـو مسـلکي سـازمان مرسـتې تـه اړتيـا لـري، چـې د CSR پـه اړه بشـپړه پوهـه ولـري او دا وړتيـا ولـري ترڅـو دا تعريـف کـړي، چـې CSR تـر کومـه بريـده کـولای شي د خلکـو پـه ژونـد کـې بدلـون راولي او دا وړتيـا ولـري، چـې د شرکتونـو د CSR پروګـرام جـوړ کـړي ترڅـو هغـه تـر ټولـو اغېزمـن او لـه عمليـاتي اړخـه تلپاتـې اوسي.

09

پایله

۹. پایله ۸۱

لومړی ضمیمه - مخففات ۸۲

۹. پایله

د شرکتونو ټولنیز مسؤولیت یوه داسې اړینه لار ده، چې افغانستان یې باید د هغو پراختیایي نوښتونو د اوږد مهال ثبات لپاره تعقیب کړي، چې په تېره یوه نیمه لسیزه کې یې پیل کړي دي. په تېره لسیزه کې د افغانستان خصوصي سکټور د پوره بلوغ داسې کچې ته رسېدلی دی، چې کولای شي یوه خورا منظمه او دوامداره هڅه وکړي ترڅو شرکتونه د دې وړ وګرځوي، چې خپل مذهبي، اخلاقي، او قانوني مکلفیتونه پر ځای کړي او هغه زیانونه راکم کړي، چې د دوی چاپېریال، ټولنې او د هېواد اقتصاد ته یې اړولي دي. دا د شرکتونو لپاره یوه غوره زمینه ده، چې ټولنې ته له هغه څه چې دوی ترې اخیستي دي یو څه بېرته ورکړي او دا تضمین کړي، چې په ټولنه کې د دوی ونډه د څو برخو درلودونکې او هراړخیزه ده. دا ډول یو پروګرام د دوی لپاره یوه غوره زمینه برابروي تر څو خپل بشري (د انسانانو د ژوند په ارزښت باور لري د خپلو مرستو تر څنګ د خپل ژوند یوه برخه هم ورته ځانګړې کوي)، پراختیایي او بشردوستانه کارونه (یواځې د نورو د ژوند د ښه والي لپاره پر مالي مرستو تمرکز لري) تنظیم او اغېزمنتوب یې لوړ کړي.

همدارازCSR یوه وسیله ده، چې "هر څوک یې د درلودلو هیله لري" څو آن د نړیوالو بسپنه ورکوونکو د ملاتړ په نه شتنون کې هم د افغانستان تلپاتې ثبات تضمین کړي. دا چار افغانانو ته دا وړتیا ورکوي، چې د خپل هېواد د پراختیا لپاره غوښتونکې چارې ترسره کړي، نه دا چې تل د نړیوالو بسپنه ورکوونکو د غوره توبونو تابع و اوسي.

د یو اکثریت مسلمان هېواد په توګه، افغانان نه یواځې د وګړو بلکې د شرکتونو، سیاستوالو، مدني ټولنې او د هېواد د هر بل سکټور په توګه باید د خپلو مذهبي او کلتوري مکلفیتونو د تشخیص، تر سره کولو او مرستې لپاره مسؤولیت ولري.

د CSR د وضعیت په اړه د دې څېړنې موخه د هغې لارې څرګندول دي، چې شرکتونو په پرمختللې نړۍ، مخ پر ودې نړۍ، د افغانستان په ګاونډ او په افغانستان کې تعقیب کړې ده ترڅو هغه ځای ته ورسېږي، چې دوی اوس هلته دي. هغه وړاندیزونه او د وړاندیزونو د عملي کولو لارې چې په دې رپوټ کې توضیح شوي دي کولای شي افغانستان بلې پوړۍ ته ورسوي.

خوب لیدل د انسانو په طبیعت کې نغښتی دی، نو راځئ چې د هغې ورځې خوب ووینو، چې له نن څخه ډېره لیرې نه ده، کله چې په افغانستان کې د CSR د مدیریت لپاره قوانین وي او چېرې چې شرکتونه د مسؤولیت احساس وکړي، د مسوول اوسېدو غوښتنه وکړي او د خپلو کارکوونکو، خپلو پېرودونکي او د خپلې فعالیتي سیمې لپاره په پراخه کچه د خپلې ټولنې پر وړاندې مسؤولانه چلند وکړي. آیا دا به یو خوب پاتې شي که یواځې د الله (ج) په مهربانۍ او د لوستونکو په هڅو به په حقیقت بدل شي.

لومړۍ ضمیمه - مخففات

AFN	افغانۍ – د افغانستان پولي واحد
AICS	د افغانستان د مدني ټولنې انستیتیوت
AMOA	په افغانستان کې د موبایل پیسې د کمپنیو ټولنه
ANDS	افغان ملي پراختیایي ستراتیژي
ARCS	د افغاني سرې میاشتې ټولنه
AWCC	د افغان بېسیم مخابراتي شرکت
BSR	د سوداګرۍ ټولنیز مسؤولیت
CED	د اقتصادي پراختیا ټولنه
CSO	د مدني ټولنې بنسټ
CSR	د شرکتونو ټولنیز مسؤولیت
CSRI	د شرکتونو د ټولنیز مسؤولیت شاخص
GAAP	د حسابدارۍ عمومي منل شوې کړنلارې
GASP	د پاېښت عمومي منل شوي اقدامات
IACS	د تصنیف ډ ټولنو نړیوال سازمان
INGO	نړیوال غیر حکومتي سازمان
ISO	د نړیوالو سټندردونو سازمان
IWA	د افغانستان د روښتیا د څار سازمان
MNC	ګڼ ملیتیز شرکتونه
MTN	MTN ګروپ (د سویلي افریقا یوه مخابراتي کمپنۍ)
NEPA	د چاپېریال ساتنې ملي اداره
NGO	غیرحکومتي سازمان
OECD	د اقتصادي همکارۍ او پراختیا سازمان
OSHA	د حرفوي خوندیتوب او روغتیا اداره
PBT	له مالیې وړاندې ګټه
SME	د کوچنۍ او منځنۍ کچې شرکتونه
TBL	د لاندینۍ کرښې درې ګونې کړنلار
UNESCO	د ملګرو ملتونو ښوونیز، عملي او کلتوري سازمان
WASH	اوبه، د فضله موادو د تخلیې سیسټم او حفظ الصحه
WHO	د روغتیا نړیوال سازمان

دوهمه ضمیمه - د شرکتونو د CSR د نوښتونو لیست

کمپني: د افغانستان د څښاکو د محصولاتو شرکت
د CSR د پیل کال: ۲۰۰٦
د CSR لګښتونه: ۵- ۱۰ میلیون افغانۍ (۲۰۱۸)
د CSR پروژې/تـر لاسـه کوونکـي: د افغـاني سرې میاشـتې ټولنـه او ښـاروالی د وارداتي د نـدو لـه لارې

کمپني: عزیزي بانک
د CSR د پیل کال: ۲۰۱٦
د CSRلګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/تر لاسه کوونکي: د ۲۰۱۸کال فعالیتونه
- د ویني د بسپنې کمپاین
- پـه کابـل، مـزار شریـف او جـلال آبـاد کـې د نیالګیـو ایښـودل
- لـه عزیـزي بانـک څخـه د کاردان پوهنتـون د محصلینـو لیدنـه
- د ښځو د پر ځان بسیاینې او ظرفیت لوړولو مالي ملاتړ
- د مزار شریف له داخلي بېځایه شوو (IDPs) سره مرسته
- د یوګا د نړیوالې ورځې نمانځل
- د کاتب، مشعل، باختر، مریم او خاتم النبیین پوهنتونونو درسي لیدنه

کمپني: د افغانستان د بیمي شرکت
د CSRد پیل کال: نه دی ښودل شوی
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي
د CSR پروژې/ترلاسـه کوونکـي: پـر نـورو مرسـتو سربېـره ټولـو کارکوونکـو تـه وړیـا روغتیایـي بیمـه

کمپني: د کابل د بسته بندی شرکت
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پـروژې/ تـر لاسـه کوونکـي: نـه دي وړانـدې شـوي.

کمپني: میهن ستیل
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:
- د روغتیایـي آسـانتیاوو، د کارګرانـو د خوندیتـوب، د غرمـې د ډوډۍ لپـاره د ځـای او نـورو پـه ګـډون کارګرانـو تـه د اسـتوګنځي برابـرول
- ټـول تجهیـزات او ماشـین آلات د چاپېریـال لـه نظـره مناسـب دي.
- د هوا د تصفیې او ګازاتو د تخلیې سیستمونه لګول شوي دي.

کمپنـي: د افغانسـتان لپـاره د مایکـرو فاینـنـس د پانوګنـې د ملاتـړ آسـانتیا (MISFA)
د CSR د پیل کال: ۲۰۰۵
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسـه کوونکـي: د CSR لپـاره یـو څرګنـد لارښـود جـوړ شـوی دی او یـوه همغږې کوونکي اداره رامنځته شـوې ده ترڅـو د CSR سرچینـې پـه ګـټـوره توګـه وکاروي.

کمپني: موبي ګروپ
د CSR د پیل کال: ۲۰۱۲
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي: نه دي ښودل شوي.
- د افغان فوټبـال غـوره لیـګ لـه لارې د CSR لپـاره AFC ایـوارډ یـې تـر لاسـه کـړی دی.
- د سپورټ لـه لارې سـولې د اروپایـي NGO ایـوارډ یـې تـر لاسـه کـړی دی.
- د ماشـومانو د ګـوزڼ (پولیـو) د مخنیـوي لپـاره لـه یونیسـف سـره پـه ګـډه یـې کار کـړی دی (تخفیـف ورکـړل شـوی وخـت یـې د تبلیغاتـو لپـاره برابـر کـړی دی.)
- افغان غوره لیګ یې پیل کړی دی.
- د ټولنیـزو موضوعاتـو پـه اړه یـې (۳۰-۵۰ ثانیـو) کلیپونـه تولید کـړي او هغه یـې پـر ټلویزیوني کانالونو ننداري تـه وړانـدې کـړي دي.
- د چاپېریـال لـه اړونـدو موضوعاتـو لکـه د پلاسـتیکي کڅـوړو پـر ځـای د کاغـذي کڅـوړو لـه کارولـو ملاتـړ
- د خلکو د هڅولو لپاره یې په بېلابېلو موضوعاتو لکه د مالیاتـو ورکـړه، لـه اوبـو سـاتنه، لـه امنیتـي ځواکونـو سره مرسـته ، لـه ښـځو څخـه د ناوړه ګټـې اخیسـتنې مخنیوی، د ترافیکـي قوانینـو مراعاتـول، د ټولنیـز پیوسـتون هڅـول، د فضولـه مـوادو راغونډول او داسـې نـورو پـه اړه یـې وړیا لنډ کلیپونه او اعلانونه جوړ کـړي دي.
- د روژې پـه میاشـت کـې د روژه ماتـې د خیرونـې لـه لارې بسـپنې را غونـډې کـړې دي، د حدیث په ګډون د اسلامي موضوعاتـو خپـرول او داسـې نـور. د ټولنیـزو موضوعاتـو پـه ملاتـړ (تیـرکال ۴۰۰۰۰۰ افغانـۍ د افغانسـتان پـه لوبدیـځ کـې ببرتـه راسـتنو شـوو تـه ټولـې شـوې وې)

کمپني: سرینا هوټل
د CSR د پیل کال: ۲۰۱۲
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:
- د شمسا د بنسټ ملاتړ چې د مریم ګیلاني له خوا اداره کېږي (قرطاسیه، جامې، روغتیایـي خدمتونه، د انټرنـټ خدمتونـه، خوراکـي توکـي او داسـې نـور. د بنسـټونو لپاره روزنـې، غونډې او نـورې اړتیـاوې برابروي)

- په سرینا هوټل کې د بسپنې صندوق (له میلمنو څخه بسپنې راغونډوی او شمسا او AFSECO ته یې ورکوي، د بسپنو د راغونډولو له لارې AFSECO ته د مشروعیت برابرول، او له AFSECO څخه د ملاتړ لپاره کمپنیو ته بلنه ورکول)
- رضا کار کارونه لکه د سرینا هوټل د شا او خوا سیمې پاکول او له ښاروالۍ څخه ملاتړ.
- د کارکوونکو او بنسټ سره د مرستې لپاره په کور دننه ډاکتر موجود دی.
- له سپورتي فعالیتونو، ډېری له کریکټ او فوټبال څخه مالي ملاتړ او په سرینا هوټل کې د هغوی د مراسمو لپاره د خورا لوړ تخفیف په پام کې نیول.

کمپنۍ: ظاهر پلاستیک
د CSR د پیل کال: ۲۰۱۲
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:

- د ۱۲ زده کوونکو د زده کړې د لګښت سره مرسته (د ۲۰۰۸ کال راهیسې هر کال)
- د زده کوونکو لپاره د ۲۵۰۰۰ افغانیو په ارزښت د کتابونو پېرل
- هر کال شاوخوا د ۵۰۰۰۰۰ افغانیو ورکړه
- له شا او خوا ۲۰ کورنیو سره د میاشتې ۲۵۰۰ افغانیو مرسته
- هر کال د یو زوم د واده د لګښت د یوې برخې برابرول
- د ټولو کارکوونکو او د هغوی د کورنیو لپاره د روغتیایي لګښتونو برابرول
- •د امتیاز په ډول په کال کې تر ۲۰۰۰۰۰ افغانیو پورې کارګرانو ته د مړینې، واده، او نور ځانګړو مراسمو لپاره ورکول کېږي.
- د بیوزلو کورنیو د ځوانانو لپاره روزنې او د کار زده کړې د زمینو برابرول

کمپنۍ: ګلبهار ګروپ
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی
د CSR لګښتونه: د مالک د ذکات پیسې
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي: د ګلبهار خیریه بنسټ هر ډول مرستې وړاندې کوي؛ لکه: جامې، له زلزله ځپلو سره مرسته، د ښوونځیو رغول، د زکات او نورو بسپنو وېشل.

کمپنۍ: غضنفر ګروپ
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:
- د چاپېریال مسؤولانه پراختیا ۱) ټولنیز - بسپنه شوې سلنه (زکات او نورې خیریه مرستې) - کله چې شوني وي د افغانانو او افغان کمپنیو ګمارل ۲) مالي او اقتصادي سوکالي - د پیسو ګټل او د هغې د چلند تسریع کول
- پر روغتیا، پوهنې، کلتور، د کلیو پر پراختیا، د بنسټونو پر رغولو تمرکز او د اقتصادي پراختیا هڅول. دا لړۍ هوسا وګړو ته د هغوی عقیدې، توکم او یا جندر له په پام کې نیولو پرته د ژوند د شرایطو او زمینو ښه کولو ته ځانګړې شوې دی. د غضنفر بنسټ په لاندې مهمو برخو کې کار کوي: پوهنه، روغتیایي پاملرنې، پر دندو ګومارل، د استوګنځای برابرول، د ټولنې پراختیا او بیارغونه.
- د ظرفیت د لوړولو پروګرام: ښوونیز سکالرشیپونه، د افغانانو د وړتیاوو او قابلیتونو د ښه کولو روزنیز پروګرامونه، د کار زده کړه د افغانانو لومړنۍ اقتصادي پراختیا د ندو رامنځته کول ، د تلپاتې پراختیا له لارې اقتصادي سوکالي.

کمپنۍ: عزیزي بنسټ (د عزیزي هوټک ګروپ اړوند)
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:
د یاد بنسټ موخه له بېوزلو او معلولینو او شهیدانو له کورنیو، کونډو، یتیم خونو، زندانونو او دارالاتأدیبونو سره مرسته ده.
- د ښوونځیو او روغتیایي کلینیکونو په رغولو او د څاه ګانو په کیندلو کې ونډه لري ترڅو خلکو ته د څښاک پاکې اوبه برابرې کړي.
- کانالونه او ویالې پاکوي او د برېښنا د تولید کوچني بندونه جوړوي.
- د مېزونو، څوکیو، یونیفورم او قرطاسیې د برابرولو له لارې له زده کوونکو سره مرسته کوي.
- د جوماتونو، دیني مدرسو په جوړولو او بیا رغولو کې ونډه اخلي، له دیني علماوو، د ښوونځیو له ښوونکو سره مرسته او کتابتونونه جوړوي.
- د خلکو د ستونزو د حل په موخه د پلونو، نهرونو او لارو په جوړولو او بیا رغولو کې ونډه اخلي.
- د طبیعي ناورینونو لکه زلزلو، سیلابونو له پېښو سره سمدستي مرستې او د چاپېریال په ساتنه کې همکاري کوي.
- د زده کړې لپاره د لارې د هوارولو او د هېواد په کچه د نالوستي (بېسوادۍ) او بېوزلۍ پر وړاندې د مبارزې د کمپاینونو د جوړولو له لارې په فعاله توګه د افغانستان په ټولنیزه، کلتوري او اقتصادي پراختیا کې مرسته کوي.
- د ښځو له حقونو ملاتړ ته د پام اړولو او په ټولنیزو او کلتوري چارو کې د فعال او لارښوونکي ګډون لپاره د افغانستان د محلي دود او دستور لپاره لار هواروي.

کمپني: برکت گروپ
د CSR د پيل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:
د ۲۰۰۷ کال په پيل کې، برکت کمپنۍ د نجونو او هلکانو د زده کړې لپاره د يو ابتدايي ښوونځي جوړولو ته چې د ۱۶ ټولګيو او عصري آسانتياوو درلودونکی و، له ۶۰۰۰۰۰ ډالرو څخه ډېرې پيسې ځانګړې کړې وې. ياد ښوونځی په افغانستان کې د هغو ګوتو په شمار ښوونځيو له ډلې څخه دی، چې په کمپيوټرونو، لابراتوارونو، د کنفرانسونو تالار، او ايرکنديشن/ مرکزګرمۍ په سيستم سمبال دی. د منظمې برېښنا د تأمين لپاره د لوړ ولتاج جنريټر يکې کارول کېږي.

کمپني: Afghanistan Holding Group (د اسهامو کمپنۍ)
د CSR د پيل کال: ۲۰۱۴
د CSR لګښتونه: ۲۰۱۸: ۱۵۴.۱۶۶(۸.۷۴٪)، ۲۰۱۷: ۱۴۷.۱۵۲ (۵.۷۶٪)، ۲۰۱۶: ۱۰۶.۲۳۲(۳.۴۰٪)
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي: نه دي ښودل شوي.

کمپني: د روښن مخابراتي کمپنۍ
د CSR د پيل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي:
تر لاسه شوي تصديق ليکونه:

- د ټولنيزې ونډې ايوارډ، د آسيا د اريکو ايوارډ، ۲۰۱۴ کال د جولای مياشت
- په منځني ختيځ او افريقا کې د کال تر ټولو نوښتګره کمپنۍ، په منځني ختيځ او افريقا کې د کال د CSR پروګرام او د کال د پېرودونکو د خدمتونو د څانګې، د ستيوي (Stevie) د نړيوالې سوداګرۍ ايوارډ، د ۲۰۱۳ کال د نوامبر مياشت
- سوداګريز ثبات، د اخلاقي کمپنۍ د مسؤولانه سوداګرۍ ايوارډ
- په منځني ختيځ او افريقا کې د کال د CSR پروګرام، د ستيوي ايوارډ، ۲۰۱۲ د اکتوبر مياشت
- د ټولنې د پراختيا تر ټولو ښه پروژه، د نړۍ ټيلي کام آسيا، د ۲۰۱۱ کال د اپريل مياشت
- د سوداګرۍ د ټولنيز مسؤوليت تر ټولو ښه ونډه، د نړۍ د ټيلي کام د منځني ختيځ ايوارډونه، د ۲۰۰۸ کال د نوامبر مياشت

روغتيا
د ماشومانو لپاره د فرانسې له روغتيايي انستيتيوت (FMIC) په کراچۍ کې د آغا خان له کدري روغتون (AKUH)، د باميان ولايتي روغتون (bhp) سره په ګډه د ټيلي ميډيسن يوه ازمويښتي پروژه، او د سيسکو سيسټمونه مو پيل کړل.

آشيانه:
ستونزه: په افغانستان کې خوارځواکي په ځانګړې ډول د بيا راستنو شوو په پنډغالو او د سړکونو د سر د کارګرو ماشومانو په منځ کې يوه معمولي ستونزه ده.

زموږ د حل لار: موږ هره مياشت له ۴۰۰۰۰ څخه ډېر د خوړو بستې برابروو او د سړکونو د سرکارګرو له ماشونو سره رسمي ښوونځيو ته د هغوی د بېرته ورستنولو او هغوی ته د حرفوي روزنو له لارې مرسته کوو.

زموږ شريکان: موږ د آشياني له بېلابېلو مرکزونو او داخلي بخڅايه شوو لپاره د بېړنيو سرپناوو سره کار کوو.

د روښن کلينيک
ستونزه: کيفيت لرونکو او ارزانو روغتيايي خدمتونو ته محدود لاسرسي
زموږ د حل لار: د روښن د ټولنې د پرانيستونکې پروژې له لارې، د بهرنيو ناروغانو فيس د افغانانو له لګښت سره د مرستې لپاره کارول کېږي. د نورو کمپنيو لپاره لار هواروي، روښن په افغانستان کې لومړنۍ کمپنۍ وه، چې خپلو کارکوونکو ته يې خصوصي روغتيايي بيمه وړاندې کړه. د روښن کلينيک هم د تېرې لسيزې په ترڅ کې افغانانو ته د پاملرنې او د هغوی د ژوند د کيفيت له ښه کولو د ملاتړ په موخه د يو لړ روغتيايي او د غاښونو د ورکشاپونو کوربه توب کړی دی.

زموږ شريکان: آشيانه، Afghanistan Demain & Afrane. د غاښونو او روغتيا ورکشاپونه: موضوعات، د پاکو اوبو په اړه ښوونې، نس ناستې او نرې رنځ (توبرکلوز) د MSH/REACH/ USAID له خوا برابر شوي وو. افغان روغتيايي بيمه: د ژوند ته پاملرنې نړيوال سازمان.

ټيلي ميډيسن(له ليرې واټن درملنه)
ستونزه: په لېرې پرتو او کليوالو سيمو کې ارزانه او کيفيت لرونکو روغتيايي خدمتونو ته محدود لاسرسي.

زموږ د حل لار: د ټيلي ميډيسن پروژه روغتونونه د روښن له براډبنډ (يو د لوړ ظرفيت د لېږد تخنيک دی، چې د فريکوينسيو يوه پراخه لړۍ کاروي او ډېر معلومات يې له لارې په يو وخت او په ډېره چټکتيا سره لېږدول کېږي) سره نښلوي څو د طبي حل لارو چټک لېږد تسهيل کړي. د ويډيو کنفرانسونو له لارې متخصصان کولای شي د افغانستان په کليوالو سيمو کې ناروغۍ تشخيص او درملنه يې وکړي او د افغان ډاکټرانو نوي نسل ته روزنې ورکړي.

د دې خدمت موخه له ليرې واټن د ټيلي-راډيولوژۍ، د انټرنټ له لارې زده کړه، د روغتون مديريت، د نرسنګ

ښوونې او د متخصصو کلينيکونو برابرول دي. دغه ټکنالوژي متخصصانو ته لار هواري څو ناروغۍ تشخيص او مناسبه درملنه ورته برابره کړي، د کار پر مهال ډاکټرانو ته طبي ښوونې او په کليو کې ناروغانو ته روغتيايي خدمتونو ته لاسرسي برابروي. همدأراز دا ټکنالوژي د ناروغانو، کارکوونکو او روغتيايي کارکوونکو د سفر لګښتونه راکموي. اوسمهال په کابل، باميان او بدخشان کې د طبي مرکزونو يوه شبکه له يو بل سره او همدا راز د آغا خان له کادري روغتون سره په کراچۍ کې وصل ده.

زموږ شريکان: د افغانستان حکومت، په کراچۍ کې د آغا خان کدري روغتون (AKUH)، د آغا خان روغتيايي خدمتونه، په کابل کې د ماشومانو لپاره د فرانسي طبي انستيتيوت (FMIC, CISCO)، (FMIC، د باميان روغتون، د فيض آباد روغتون، د سيسکو سيسټمونه او د ټيليکام نور تأمينوونکي.

د اوبو څاه ګاني

ستونزه: په افغانستان کې د څښاک د پاکو او روغتيايي اوبو نشتوالی.

زموږ د حل لار: موږ په ۲۰۰۶ کال کې د اوبو د دوو څاه ګانو په کيندنو سره پيل وکړ، چې اوس د کابل په شا او خوا کې له ۱۰۰۰ ميشتو کورنيو سره مرسته کوي. نن مو ۷۰ څاه ګانې کيندلي، چې له ۱۰۰۰۰۰ څخه ډېرو خلکو ته پاکې اوبه برابروي.

د روش د نوښتګرې ټکنالوژۍ ځانګړنه (روغتيا): د اوبو د څرک معلومونکی

ستونزه: په افغانستان کې د پاکو او روغتيايي اوبو نشتوالی
زموږ د حل لار: د غږ ثبتولو د يوې متقابلې(IVR) حل لارې کارول، موږ د اوبو د څرک معلومونکي د فون خدمت رامنځته کړ، چې نالوستو افغانانو سره مرسته کوي ترڅو له خپلو کليوالو سيمو څخه ورسره اړيکه ونيسي او د خپلو ځايي څاه ګانو وضعيت معلوم کړي او يا د تېروتنو رپوټ ورکړي. د ۲۰۱۰ او ۲۰۱۱ په منځ کې د څاه ګانو ټولنو ته د اوبو د څرک معلومونکي د کاروني په اړه روزنه ورکړل شوه. د ياد خدمت په پايله کې نږدې ۳۰ څاه ګانې بېرته ورغول شوې. زمونږ شريک: د امريکې د متحدو ايالتونو پراختيايي اداره (USAID)

پوهنه

د ښوونځيو او لوبو د ډګرونو له جوړولو سربيره، مونږ له هغو تعليمي پروګرامونو څخه ملاتړ کوو چې د ټکنالوژۍ ځواک کاروي؛ لکه د هر ماشوم په سر د يو لپ ټاپ پروګرام او روشن/سيسکو د شبکو جوړولو اکاډمي.

د لوبو ډګرونه

ستونزه: افغانستان، هغه هېواد دی، چې له لسيزو راهيسې د جګړې او ټولنيزو ستونزو له امله کړېږي، محدوده ټولنيزه فضا لري، چې نه شي کولای له ټولنې ملاتړ وکړي او د ماشومانو د ودې لپاره يو ښه ډګر برابر کړي.

زمونږ حل لاره: د ماشومانو پر خپل ځان د باور او ټولنيزو وړتياوو په وده کې د لوبو د ارزښت او اهميت په درک کولو سره، روشن مخابراتي شبکې په ستراتيژيکو سيمو کې د لوبو ميدانونه جوړ کړي دي، چې کېدای شي په افغانستان کې د بيلابيلو توکمونو د يو ځای کېدو لپاره هم تري ګټه واخيستل شي. د لوبو دغه ميدانونه ټولنيز خنډونه له مينځه وړي او د ماشومانو لپاره يو خوندي چاپېريال برابروي؛ تر څو لوبې وکړي او په ګډه وده وکړي.

د ښوونځيو جوړول

ستونزه: کله چې مونږ د لومړي ځل لپاره په افغانستان کې خپل فعاليتونه پيل کړل، له يوه ښوونځي څخه مو ليدنه وکړه، چې اوه ويجاړ شوي بلاکونه بيا ځل رغول شوي و او يو بل بلاک د ځانګړې استفادې لپاره جوړ شوی و. په مجموعي توګه له اوه زره (۷۰۰۰) تنو زده کوونکو څخه يې ګڼ شمېر زده کوونکو په بېلابېلو درسي وختونو او برخو کې تر خيمو لاندې زده کړې کولې.

زمونږ حل لاره: روشن ټولنې د يو ستر، عصري ښوونځي پر جوړولو پانګونه وکړه، چې د ۲۴ ټولګيو او پر وسايلو سمبال د لوبو يو ميدان درلودونکی و. تر دې دمه، موږ په ګڼ شمېر ښوونځيو پانګونه کړې ده او ګټې اخيستنې ته وړاندې شوي دي.

زموږ شريکان: د آغاخان بنسټ (AKF) او نور.

OLPC:

ستونزه: افغان ماشومان له هغو سرچينو او وسايلو څخه بې برخې دي، چې په نړيوال اقتصاد کې د سيالۍ لپاره ورته اړتيا لري.

زموږ د حل لار: OLPC طرحه شو، ترڅو د نصاب د دوه لارې نسخې د وړاندې کولو او د ښوونځيو ماشومانو ته د لارښوونې او وړانديزونو د برابرولو له لارې د زده کړې کچه لوړه شي. د بغلان، هرات، کابل، جلال آباد او کندهار په ولايتونو کې له ۳۶۰۰ څخه ډېرو ماشومانو او ښوونکو له دې پروژې څخه ګټه پورته کړې ده.

زموږ شريکان: OLPC، د پوهنې وزارت، د مخابراتو او معلوماتي ټکنالوژۍ وزارت (MOCIT)، او د USAID

افغانستان د کوچنیو او منځنیو صنایعو پراختیا (ASMED).

سوداګري
مور له ښځو سره د هغوي د تلپاتي سوداګرۍ په رامنځته کولو کې مرسته وکړه ترڅو د افغانانو په منځ کې د سوداګرۍ کولو روحيې ته وده ورکړو.

د بدیل معیشت پروګرام
ستونزه: د لسیزو جګړو له امله په ټوله کې ښځې او بیا په ځانګړي ډول په کلیوالي سیمو کې مېشتې ښځې خورا زیانمنې شوې دي ځکه چې په هغو ځایونو کې عاید زېږوونکي فرصتونه لږ دي.
زموږ د حل لار: په ۲۰۰۹ کال کې د روښن ټولنې او د پاملرنې (CARE) دفتر د افغانستان د ښځو لپاره د بشري مرستو (HAWA) له پروژې څخه ملاتړ پیل کړ. دې پروژې زیانمنو شوو ښځو ته ځاروي برابر کړل تر څو له دې لارې خپل معیشت غوره کړي.

زموږ شریکان: د پاملرنې دفتر

WPCOS

ستونزه: د لسیزو جګړو له امله، مېرمنې ډېرې زیانمنې شوې دي او د عاید د تر لاسه کولو لپاره محدود فرصتونه لري.

زموږ د حل لار: روښن د ښځو لپاره د ټیلفون د غرفې پروژه پیل کړه، چې له لارې به یې ښځو ته د کار او بار د پیل زمینه برابره شي. د دې پروژې له لارې به افغان مېرمنې د افغان ایډ له خوا په افغانستان کې د کوچنیو پورونو لومړني بانک (MFB-A)) ته معرفي شي، چې په پایله کې به یې هغوی پورونه تر لاسه او د یو کار و بارو په پیلولو به لاس پورې کړي. د هر WPCO د آپریټر لپاره به یو تخفیف ورکړل شوې بسته وړاندې شي. په دې بسته کې به یو ګرځنده ټیلفون، سیم کارټ، آنتن، چارجر، ۱۲۵۰۰ د اړیکو لپاره واحدونه او د روښن د رسمي PCO لوحه شامله وي. د WPCO آپریټره به د خپلې ګټې یوه برخه د خپل د مایکروفایننس د پور د پرې کولو او د اړیکو لپاره نورو یونیټونو د تر لاسه کولو په موخه ولګوي. هر ځل چې د پروژې یوه آپریټره ډېر واحدونه وپېرې، هغه به ۶۰٪ اضافي کریډټ تر لاسه کړي. دا ډېر شوی تخفیف د دې لپاره دی تر څو ګټه تضمین او د ښځو د ګټې احتمال لوړ کړي. که څه هم د WPCO فعالیت په خپله بېوزلي له منځه نه وړي؛ خو دا د یو داسې باثبات عاید سرچینه برابروي، چې ښځو ته له بېوزلۍ څخه په خپلو هڅو او هاند سره د راوتلو وړتیا ورکوي ترڅو او د خپلې کورنۍ لپاره د ژوندانه ښه شرایط برابر کړي.

زموږ شریکان: افغان ایډ او USAID

د شهر آرا د باغ سپورټي تسهیلات
ستونزه: د لسیزو جګړو له امله، ښځې ډېرې زیانمنې شوې دي او په عام ډول له یو بل سره د لیدو لپاره خوندي چاپېریال نه لري.
زموږ د حل لار: د روښن ټولنې د شهرآرا باغ او د مېرمنو یواځینۍ جیم ورغاوه، ترڅو د ښځو او نجونو لپاره د روغ او فعال ژوند د بنې له لارې له ټولنې او ظرفیت لوړولو سره مرسته وکړي.
د روښن د نوښتګرې ټکنالوژۍ ځانګړې (سوداګري) معلومات
معلومات د ملي ارزښت درلودونکی سیستم دی، چې په ۱۴ ولایتي مرکزونو کې کروندګرو، سوداګرو او عمده پلورونکو ته د بنسټیزو توکو په اړه معلومات وړاندې کوي. د یو ګرځنده ټیلفون په کارولو سره کروندګر کولای شي، چې یا د لنډو پیغامونو د خدمت (SMS) او یا د غږ د مقابل غبرګون (IVR) د ټکنالوژۍ پر مټ پر وخت او په چټکه توګه د بازار پېښو او حالاتو ته لاسرسي ولري. د معلوماتو خدمتونه په پښتو، دري او انګلیسي ژبو کروندګرو ته وړاندې کېږي. د غږ د متقابل غبرګون ټکنالوژي (IVR) په افغانستان کې په ځانګړي ډول یوه مهمه طرحه ده، ځکه چې ۷۰٪ خلک یې نالوستي دي.

زموږ شریکان: Mercy Corps او د USAID›s د نظر نوي پروژه

ستونزه: ګورنو – بدخشان په خود مختار ولایت، تاجیکستان کې

زموږ د حل لار: د یوې ټیټې تعرفې په وړاندې کولو مو د خوروګ له ګباو څخه په افغانستان کې د بهشور تر کلي د لېږد د لیکې له جوړېدو ملاتړ وکړ، چې اوس ۳۶۰ کورنیو، ځایي روغتونونو، حکومتي ودانیو او نورو ته د کال په اوږدو کې برېښنا رسوي.

زموږ شریکان: د اقتصادي پراختیا لپاره د آغا خان بنسټ او پامیر انرژي، AKFED د پامیر انرژۍ لپاره د سبسایډۍ یوه لومړنۍ طرحه وړاندې کړه، چې په میاشتني ډول په نړۍ کې د شخصي برېښنا تر ټولو د لړو د عوارضو درلودونکې او تر ټولو ارزانه برېښنا کورنیو ته رسوي.

ټولنیزه پراختیا
د داخلي NGOsپه همکارۍ مو له څلور میلیونو څخه د خوراکي توکو ډېرې بستې او د ظرفیت لوړولو لپاره مو افغانانو ته نوښتیزې حل لارې برابرې کړې.

ستونزه: په کلیوالو سیمو کې د ښوونیزو موادو نشتوالی او د روزل شوو ښوونکو کمښت څو د ماشومانو له

ذهنـي، ټولنیـزې او اخلاقـي ودې سره مرسـته وکړي.

زموږ د حل لار: د روښن ټولنې د ماشومانو د ښوونیز ټلویزیون پروګرامونو د رامنځته کولو امتیاز تر لاسه کړی دی، چې اوسمهال د نړۍ په کچه خپرېږي. دا خپرونې په پښتو او دري ژبو ډوبله کېږي، چې د افغانستان په لر او بر کې د ځايي ټلويزيوني کانالونو له لارې د لاسرسۍ وړ دي.

سپورټ

ستونزه: افغانستان هغه هېواد دی، چې د لسیزو په اوږدو کې له جګړې او ټولنیزو ناخوالو کړېدلی دی، لږه ټولنیزه فضا لري ترڅو له ټولنې سره مرسته وکړي او ځوانانو ته د ودې لپاره یو ډګر برابر کړي.

زموږ د حل لار: روښن د غوره لیګ د ملاتړ یو وياړلی نوم دی، چې میلیونونه افغانان سره یو ځای کوي تر څو هغه وخت چې د فوټبال د سیالیو له لارې له یو بل سره تماس نیسي، د خپل ملي ویاړ او یووالي لپاره شور او ځوږ وکړي. د غوره لیګ ځلورم پړاو په ۲۰۱۵ کال کې تر نن پورې تر ټولو ډېر نمانځل شوي مراسم و، چې د هېواد په کچه له ۱۰ میلیونو څخه ډېرو مینه والو ته رسېدلی دی. له ۲۰۱۰ راهیسې موږ د سکیټیستان له NGO سره همکار یو تر څو د هېواد په کچه سکيټبورډ او د خپل شخصیت ځرګندول وهڅوي.

د ځوانانو د سپورټ او ټولنیزې ودې مرکز

ستونزه: د لسیزو جګړو او ټولنیزو ترینګلتیاوو له امله افغانستان یو وېشل شوی ملت دی، چې د ټولنیزې فضا له نشتوالي څخه ځورېږي ترڅو له ټولنې سره مرسته وکړي او د ځوانانو وده وهڅوي.

زموږ د حل لار: د روښن ټولنې تر چت لاندې ځوانانو د سپورټ او ټولنيزې ودې مرکز پرانيستی دی. نجونو او هلکانو ته د بېلې بېلې برخې لري، چې په کابل او د کابل په شاوخوا سیمو کې ۸۰۰ ماشومانو او تنکیو ځوانانو ته یو خوندي چاپېریال برابروي ترڅو دا ماشومان او ځوانان تمرين وکړي او له نورو فعالیتونو سره ټولنیزې اړیکې جوړې کړي. یاد مرکز ټولنو ته د ګیمونو، پرزینټیشنونو، سیمینارونو او ټولنیزې پراختیا لپاره فضا لري، ترڅو وګړي پکې له یوې خوا تمرين وکړي او له بلې خوا په نورو ورته فعالیتونو کې هم ګډون وکړي.

D-light

ستونزه: وروسته له لسیزو جګړو، افغانان د مناسبې زېربنا له نشتوالي سره مخ دي ترڅو د خپلو عوایدو ظرفیت او د ژوند کیفیت لوړ کړای شي.

زموږ د حل لار: روښن له D.Light سره همکاري وکړه تر څو په کورونو کې خطرناک تیلي څراغونه پر پایېدونکو، لمریزو څراغونو واړوي. دې څراغونو د شپې له خوا ماشومانو ته دا زمینه برابره کړې تر څو په سمه توګه خپل لیک او لوست وکړي، د کورنیو د عاید زېږونې امکانات یې لوړ کړي دي او په هېواد کې یې د زېربنا پر جدي نشتوالي لاسبرى موندلی دی.

زموږ شریکان: D-light

د برېښنايي زده کړو مرکزونه

ستونزه: افغانان په یو ټکنالوژي بنسټ نړیوال اقتصاد کې د سیالۍ لپاره له اړینو سرچینو او وسایلو بې برخې دي.

زموږ د حل لار: د روښن ټولنه د پایېدونکو لمریزو پایو درلودونکي کانټینرونه کاروي ترڅو د زده کړې داسې آنلاین مرکزونه رامنځته کړي، چې لپ ټاپونه او د اړيکو نور اړين وسايل لري. ياد مرکزونه په سیمه ییزه کچه او د هغو کسانو له خوا جوړ شوي دي، چې د سیمې د اړتیاوو د پوره کولو لپاره دغه وسایل ورکړل شوي وو. له دې مرکزونو څخه ګټه اخیستونکي له یوې خوا کولای شي ټکنالوژۍ او سوداګرۍ ته لاسرسی ولري او له بلې خوا له خپل کورنیو او دوستانو سره له لیرې واټن څخه اړیکه ونیسي.

روښن/ د سیسکو سیستمونه

ستونزه: افغانان په نړیوال اقتصاد کې سیالۍ کولو ته ټکنالوژیکي سرچینې او وسایل نه لري.

زموږ د حل لار: په ۲۰۰۷ کال کې روښن د یو نوښت د ملاتړ لپاره د خپلو شریکانو په ملتیا د شبکو جوړولو لپاره زده کوونکي چمتو کړل، چې اصلي موخه یې په دولتي او خصوصي سکتور کې له دندو سره د زده کوونکو بلدول و. په انجینیرۍ، کمپیوټر ساینس او نورو اړوندو برخو کې د لوړو زده کړو لپاره د وسایلو چمتو کول هغه نوښت دی، چې د هېواد په کچه د ۶۰۰ افغان زده کوونکو د زده کړې په بهير کې مرستندوی ثابت شوي دي.

زموږ شریکان: UNDP او د سیسکو سیستمونه

د روښن د نوښتګرې ټکنالوژۍ ځانګړنه (پوهنه): د ښوونکو د مشورو لیکه

د خپلو شریکانو په مرسته د روښن ټولنې له لیرې واټن څخه د موبایل زده کړې یوه طرحه رامنځته کړه، چې کیفیت لرونکو ثانوي زده کړو ته د افغان نجونو او هلکانو لاسرسي تأمینوي. د زده کړې محتوی د پوهنې د وزارت د لرلید په چوکاټ کې ځای لري.

زموږ شریکان: د سبا ټلویزیون رسنی، Cha پتنګ - Oxfam Novib او د پوهنې وزارت

کمپني: MTN افغانستان
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي: پایښت د MTN ګروپ د پانګونې د بنسټ فلسفه جوړوي. په سوداګرۍ کې په اغېزمنه توګه د پایښت د اصولو کارول به په پای کې زموږ په خلکو، زموږ په باور او ګټو اغېزې ښندي. موږ غواړو، چې د تل په څېر په راتلونکې کې هم بریالي اوسو. له دې امله موږ دا تأییدوو، که څه هم موږ باید یوه ګټه تر لاسه کړو؛ خو دا زموږ مسؤولیت دی، چې د هغې ټولنې د ثبات او پراختیا لپاره موږ یو مناسب ونډه ورکوونکی هم و اوسو، چې موږ ورسره په اړیکه کې یو او ورسره په ګډه کار کوو.

کمپني: د افغان بیسیم مخابراتي کمپنی
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي: د بیات بنسټ (www.bayatfoundation.org)، د افغانستان تر ټولو ستر، خصوصي روغتیایي، ښوونیز او ټولنیز پراختیایي سازمان، د افغانستان د روښانه راتلونکي لپاره یې د Cordaid په همکارۍ د سوداګرۍ اکاډمي پرانیسته. یاده اکاډمي په خپل ډول کې د ورتیاوو او سوداګرۍ یو روزنیز مرکز دی، چې ځوانو افغان سوداګرو ته به د سوداګرۍ پراختیا، شبکه جوړونه او روزنیز فرصتونه وړاندې کړي.

د Cordaid کابل مېشتې سوداګریزې اکاډمۍ د ۲۰۱۹ کال د فبرورۍ په ۱۸ مه خپل فعالیتونه پیل کړل. د یادې اکاډمۍ د کار پیل او د ماموریت ارزښت د کار د پیل په موخه په ځانګړې شوې غونډه کې ونمانځل شو. د دې ځانګړې غونډې ونډه والو کې د کوړډ اېډ استازي.

Jaap van Hierden او محمد انور علوي، د بیات له بنسټ څخه ښاغلی صبغت الله پویا د قانون د واکمنۍ د حمیکه برمکي له سازمان څخه ښاغلي مشرف شېرزاد او له ۱٪ کلب څخه ښاغلی مطیع الله رحمتي شامل وو.

د ښه راغلاست له مراسمو وروسته د کوړډ اېډ سوداګریزې اکاډمۍ له خپل لومړني پروګرام څخه ملاتړ وکړ، د شبکه جوړونې دا غوره زمینه د ځوان افغان سوداګرو د معرفي کولو لپاره هغه چانس دی، چې خپل احتمالي ستراتیژیکي شبکې او فرصتونه له نورو سره شریکولای شي. ”د کوړډ اېډ سوداګریزه اکاډمي به زموږ په ماموریت کې داسې یو مهم رول ولوبوي، چې د افغانانو په ملکیت د کوچنیو او منځنیو کمپنیو له رامنځته کېدو به د سوداګرۍ له هغو ډولونو څخه ملاتړ وشي، چې د افغانستان د اقتصادي ودې لپاره خورا بنسټیز اوسي.“ ډاکټر احسان الله بیات د بیات بنسټ بنسټګر او د بیات د بنسټ رئیس وویل. ”موږ په دې ویاړو، چې د افغانستان د روښانه راتلونکي د بنسټ ایښودونکو غړي یو.“

د افغانستان د روښانه راتلونکي بنسټ د هالنډ د بهرنیو چارو وزارت له خوا تمویلېږي او د څلورو غیرانتفاعي افغان سازمانونو د یو ائتلاف له لوري پلي کېږي، دا څلور ائتلافونه له بیات بنسټ، کوړډ اېډ (www.cordaid.org)، ۱٪ کلب (www.onepercentclub.com)، او حمیکه برمکي د قانون د واکمنۍ سازمان (www.hborl.org.af) څخه عبارت دي. روښانه راتلونکی یو پینځه کلن پروګرام دی، چې افغان سوداګرو ته د سوداګرۍ د مهمو وړتیاوو د زده کړې، د کوچنیو او منځنیو کمپنیو د یو بریالي افغان خصوصي سکتور(SME) د رامنځته کولو په موخه طرحه شوی دی، چې افغانانو ته او په ځانګړې توګه ځوانانو ته د زرګونو کاري زمینو د برابرولو وړتیا لري.

د بیات د بنسټ په اړه معلومات

له ۲۰۰۵ کال راهیسې په امریکا کې د بیات مېشت بنسټ او ۵۰۱ (c) (۳) خیریه سازمان، د افغانانو سوکالي هڅولې ده. یاد بنسټ چې بنسټګر او مشري کوونکي یې احسان الله بیات او فاطمه بیات دي، د ۱۳ زېږنتونونو د جوړولو په ګډون چې اوس له ۲۰۰۰۰۰۰ څخه د ډېرو میندو او ماشومانو درملنه کوي، له ۳۰۰ څخه ډېرو داسې پروژو سره یې مرسته کړې، چې د افغانستان د ځوانانو، ښځو، بوډاګانو او سپین ږیرو د ژوند کیفیت د ښه کولو لپاره ځانګړې شوې وې؛ په دې پروژو کې په اړو سیمو کې د نوو ودانیو او پایښتونکې زېربنا جوړول او د روغتیایي، ښوونیز، اقتصادي، او کلتوري پروګرامونو هڅول شامل دي. د دې پر خیریه نوښتونو سربېره احسان الله بیات په ۲۰۰۲ کال کې د افغان بیسیم کمپنی بنسټ کېښود، چې په افغانستان کې د بیسیم GSM او د انټرنیټي خدمتونو لومړنی وړاندې کوونکې شبکه ده. وروسته یې بیا د آریانا راډیو او ټلویزیون شبکې (ATN) هم تأسیس کړل، چې آریانا راډیو (۹۳.۵ اف ام) یې هم شامله ده. د مهربانۍ له مخې د لا ډېرو معلوماتو لپاره دې پتې ته بریښنا لیک واستوئinfo@bayatfoundation.org.

کمپني: د اتصالاتو مخابراتي کمپني
د CSR د پیل کال: نه دی ښودل شوی.
د CSR لګښتونه: نه دي ښودل شوي.
د CSR پروژې/ترلاسه کوونکي: د افغانستان اتصالات کمپنۍ (EA) د CSR اصولو ته په بشپړه توګه ژمن دي او

نیت لري، چې CSR په مناسب ځای، پالیسیو او کړنو کې ځای پر ځای کړي تر څو کارکوونکو، ونډه والو او په پراخه کچه افغانانو ته ګټور وي. ګڼ شمېر مهم نوښتونه یې له دې مخکې هم تر دې چتر لاندې تر سره کړي دي، چې د افغانستان په اتصالاتو کې د راتلونکي CSR طرحه تعریفوي.

د اتصالاتو کمپني په پام کې لري، چې د یو رانه او په خپلو ټولو معاملاتو کې د اخلاقي سازمان په توګه شهرت ومومي او له افغان ځایي ټولنو سره یوه مثبته مرسته وکړي. اتصالات د خپلې سوداګرۍ د ټولنیزمسؤولیت په ګډون د خپلو سوداګریزو سیمو ټولو اصلي ارزښتونو ته ژمن دی.

د اتصالاتو له ارزښتونو څخه یو اصلي ارزښت ټولنې ته خدمت کول دي، یوه ژمنه ټولنې ته بېرته د یو څه ورکړه ده، چې د خلکو د ژوند وضعیت ښه کړي تر څو چاپېریال د راتلونکو نسلونو لپاره خوندي شي. موږ دا کار د هېواد په کچه د یو لړ ټولنیزو، اقتصادي، او چاپېریالي نوښتونو د ملاتړ له لارې تر سره کوو.

له حکومت، بنسټونو او نورو کمپنیو سره له نږدې کار کوو، موږ له هغو پروګرامونو او مناسبو شته زمینو ملاتړ کوو، ورسره مالي مرسته کوو او ګډون پکې کوو، چې په افغانستان او زمونږ د پراخې سوداګرۍ په کچه د پوهنې، ټولنیزې خیر ښېګڼې، نړیوالو اړیکو او کلتور په برخه کې مرسته کوي.

موږ په کلکه باور لرو، چې ښوونه د خلکو په ژوند کې بدلون راولي؛ موږ د لیک او لوست د زده کړې پروژو او ښوونیزو بنسټونو ته مالي مرستې برابروو. موږ د ښوونځیو، پوهنتونونو، او لابراتوارونو له پراختیا سره مرسته کوو، یوه او مستعد خلک هڅوو، چې له خپلې خوښې سره سم خپلې لوړې زده کړې تر سره کړي.

دا چې د ټولنې ټول غړي د اړیکو د ورته خپلواکۍ مستحق دي؛ نو موږ په کلک باور سره په خپل سازمان کې د ځانګړو اړتیاوو درلودونکو کسانو ته خدمتونه او تولیدات چمتو کړي دي.

موږ به د شرکت ټولنیز مسؤولیت ته ژمن پاتې شو، موخه مو تل د ښو بدلونونو راوستل دي ترڅو داسې یوه غوره نړۍ جوړه کړو، چې موږ ټول پکې سوکاله ژوند وکړای شو.

جایزې او ستاینې:

اتصالات له یوې سره تړل شوې نړۍ د فارم له خوا د موبایل پیسې په اړه کلنۍ کنفرانس کې د ۲۰۱۲کال " په ټولنیز ګډون کې د لاسته راوړنو" د جایزې ګټونکی اعلان شو. دغه غونډه په دوبۍ کې جوړه شوې وه، چې د بانکدارۍ او د GSM شبکې د صنعت نړیوالو مشرانو پکې ګډون درلود، د ۲۰۱۲کال بریالي بنسټونه یې سره یو ځای کړل، په دې بهیر کې: اتصالات، سیټي بانک، د تاتا مخابراتي خدمتونه، د مکیسکو مخابراتي کمپنۍ او یونیسټریم سوداګریز بانک شامل وو.

اتصالاتو له افغانانو سره د همکارۍ له امله په ۲۰۱۱ کال کې د عربي متحدو اماراتو یوه "تر ټولو لوړه" جایزه وګټله.

اتصالاتو په افغانستان کې د قرآن عظیم الشان د سیالۍ په لار اچولو له امله د افغانستان د حکومت په ملاتړ، د حج او اوقافو د وزارت له خوا یو ستاینلیک هم تر لاسه کړی دی.

د افغانستان مهمو والیانو هم د ۲۰۱۱ کال په ترڅ کې د افغانستان په هره سیمه کې د ښوزلو د ملاتړ له امله د اتصالاتو له شبکې څخه مننه وکړه.

د عربي متحدو اماراتو د بهرنیو مرستو د همغږۍ اداري یو کتاب خپور کړ، چې یو مخ یې اتصالاتو او په ځانګړې توګه د اتصالاتو د مرستو ارزښت او کیفیت بیانېدو ته ځانګړی شوی و. د اړیکو پته یې زموږ په ویب پاڼه کې شته.

په افغانستان کې له اسلامي ارزښتونو او دودونو څخه د ملاتړ په برخه کې د افغانستان د اتصالاتو له خوا د ستر او نه هېبدونکي کار د ستاینې په موخه د افغانستان د اتصالاتو اجرائیه مشر، ښاغلي احمد الحسیني د شمشاد ټلویزیون له خوا یو ځانګړی ایوارډ تر لاسه کړ.

د ۲۰۱۱ کال د جون په ۲۱، آغلې آمنه افضلي، د افغانستان د اسلامي جمهوریت د کار او ټولنیزو چارو وزیرې، د هېواد د بشري شتمنۍ په وده کې د همکارۍ او پانګونې لپاره د افغانستان د اتصالاتو له هڅو او ارادې څخه ستاینه وکړه.

اتصالاتو په ۲۰۱۰ کال کې د عربي متحدو اماراتو د بهرنیو چارو وزارت له خوا د تر ټولو غوره بشري سازمان تصدیق لیک تر لاسه کړ.

د ټولنې پراختیا

د افغانستان اتصالاتو د CSR لاندیني نوښتونه ترسره کړي دي:

د جوماتونو بیا رغونه:

په دې وروستیو کې د هېواد په کچه د جوماتونو نوي کول

او بيارغول له وياړلو نوښتونو څخه دی، چې د اتصالاتو له خوا تر سره شوی دی. نوي شوي جوماتونه به د سيمې خلکو ته د آرام لمانځه آسانتيا برابره او د اسلام د سپيڅلي دين شوونې تسهيل کړي. د عربي متحدو اماراتو د يوې کمپنۍ په توګه، د جوماتو بيارغول او نورې پروژې د افغانستان له بيارغونې سره د ملاتړ په برخه کې زموږ د مشرتابه له ليد لورې سره سمون لري.

د قرآن عظیم الشان کلني ايوارډونه:

د افغانستان د اتصالاتو شبکې د افغانستان د اسلامي جمهوريت د حج او اوقافو، د اطلاعاتو او کلتور د وزارتونو په همکارۍ د پرله پسې پينځو کلونو لپاره "د قرآن پاک د تلاوت سيالۍ" په لار اچولې ده. د عربي متحدو اماراتو په دوبۍ کې د اتصالاتو شبکه د قرآن پاک د ايوارډ ګټونکي؛ د روژې د مبارکې مياشتې د قرآن پاک په کلني ايوارډ کې د افغانستان استازيتوب کوي.

د ۲۰۱۳ کال مراسمو لپاره د اتصالاتو شبکې ياد مراسم له روژې څخه دوه اونۍ وړاندې پيل کړل، چې د افغانستان له ټولو ولايتونو څخه دوه سوه قاريانو پکې ونډه اخيستې وه. اتصالاتو پينځو ګټونکو ته د ۱۰۰۰۰ ډالرو په توليز ارزښت جايزې ورکړې، چې د دې سيالۍ ګټونکي قاريان له لغمان، ننګرهار او کابل ولايتونو څخه وو.

د خوراکي توکو وېش/د روژه ماتي د برابرولو فعاليتونه:
هرکال د روژې په مبارکه مياشت کې د اتصالاتو شبکه د افغانستان په کچه بېوزلو او اړو خلکو ته د خوراړو او د ورځنۍ اړتيا لپاره د خواړو زرګونه کڅوړې وېشي.

د حج مراسم

په تيرو کلونو کې د اتصالاتو شبکه د حج د سفر د آسانتيا په موخه زيارت کوونکو ته بنسټيزې اړتياوې (د حج يوه بشپړه بسته) برابروي. په دې بسته کې يو وړيا سيم کارټ هم شامل و، چې هغوی ته يې له خپلو کورنيو سره د اړيکو د نيولو لپاره زمينه برابروله.

د ښځو پر ځان بسيانه

د ښځو بڼ:

په افغانستان کې ښځې يوه محرومه برخه ده. د افغانستان د اتصالاتو شبکه د خپلو فعاليتونو د برخې په توګه هڅه کوي ترڅو د ښځو له بڼ څخه د پراخ ملاتړ له لارې ښځې پرځان بسيا کړي، دا هغه ځای دی، چې ښځې کولای شي له يو بل سره وګوري او د ودې لپاره خپل نظرونه سره شريک کړي.
د ښځو د واليبال لوبډله

د افغانستان د اتصالاتو شبکه په نړيوالو ټورنمنټونو کې د لوبډلې د پر ځان بسيا کولو له لارې د "ا فغانستان د ښځو د واليبال د ملي لوبډلې" يو وياړلی ملاتړ کوونکی دی.

د اتصالاتو د اِم حواله د ښځو استازی

د USAID-FAIDA (ګټه)، د ښځو چارو وزارت او مجتهد مايکرو فايننس په مرسته اتصالات ښځو ته روزنه ورکوي ترڅو هغوی ته د ام حواله لپاره د ښځو د استازي په توګه د کار کولو وړتيا ورکړي. د دې روزنې په پای کې به ښځې خپل کاروبار پيل کړي، چې د افغانستان د أتصالاتو د شبکې له خوا او د وېشوونکو له لارې به ورسره مرسته وشي.

د سپورټ مالي ملاتړ

د افغانستان د کرکټ بورډ (ACB) مالي ملاتړ:
اتصالات په ۲۰۰۹ کې د افغانستان د کرکټ بورډ د رامنځته کېدو راهيسې په سيمه ييزه کچه د کرکټ د لوبې د پراختيا لپاره ژمن دی. د اتصالاتو شبکه د افغانستان د کرکټ بورډ او د افغانستان د کرکټ د ملي لوبډلې رسمي مالي ملاتړ کوونکی دی.

په نړيواله کچه د کرکټ د ملي لوبډلې د ځلاندو کارنامو له امله کرکټ په افغانستان کې تر ټولو مشهورو سپورټي لوبو څخه يوه ګڼل کېږي. د افغانستان د کرکټ د ملي لوبډلې د صعود او همدا راز په هېواد کې د دې لوبې د شهرت ډېربدل ښايي د سپورټ په تاريخ کې تر ټولو ځلاندو کارنامو څخه يوه وګڼل شي. په هېواد کې د محدودو سرچينو او د کرکټ له لنډ تاريخ سره سره له نړيوالو سترو نومونو سره په پرتلنه کې د افغانستان د کرکټ ملي لوبډله په نړۍ کې د کرکټ په لسو غوره لوبېدونکو هېوادونو کې راغلې ده. د کرکټ ملي لوبډله په دې وروستيو کې د انټر کانتيننټال د کپ ګټونکې او همدارازِ(ODI) په ۲۰۱۳ کې د ICC د يوې ورځنۍ نړيوالې لوبې ګټونکې لوبډله ده.

د افغانستان د واليبال د ملي فدراسيون مالي ملاتړ

د اتصالاتو شبکه د "واليبال د ملي فدراسيون" مالي ملاتړ کوونکی هم دی. د اتصالاتو شبکه باور لري، چې د سپورټ له لارې د ځوانانو پياوړي کول يو داسې مرام دی، چې ځوانان يې په وسيله د هېواد د بدلون په اوسني پړاو کې خپل شخصيت څرګندولای شي؛ دا ډول پياوړتيا د ټولنې ضد فعاليتونو د راکمولو يو مهم لامل دی.

د وزلوبې مالي ملاتړ

اتصالات د "وزلوبې" د ملي لوبې رسمي مالي ملاتړ کوونکی هم دی. دا ټورنمنټ د "نوروز" – د نوي کال د لمانځلو په مراسمو کې هر کال د مزار شريف په ښار کې جوړېږي. د افغانستان خلک پر خپلو ملي ميراثونو وياړي، دا ډول مالي

ملاتړ له اتصالاتو سره یو عاطفي تړون رامنځته کوي.

له پوهنې څخه ملاتړ

د فارغ التحصیلو زده کوونکو د منلو پروګرام

د اتصالاتو شبکه د بشري شتمنۍ او افغان محلي کارکوونکو د وړتیا په وده او پراختیا کې د ملګرتیا اوږد مهال حل ته ژمن دی او دا له هغه واقعیت څخه څرګندېږي، چې د اتصالاتو د کارکوونکو ۹۳٪ ځایي افغانان جوړوي. موږ له وړاندې ۶۰ فارغ التحصیلان منلي او د هېواد په دننه او بهر کې مو پراخې روزنې ورکړې دي.

فارغ شوي کارآموزان دې ته چمتو شوي، چې مهم کارونه ترسره او له اتصالاتو سره مهم مسؤولیتونه پر غاړه واخلي.

د انټرنټ د آسانتیا درلودونکو کمپیوټر لبونو جوړول

په افغانستان کې پر لومړنیو زده کړو د ټینګار په ملتیا د پوهنې له سکټور سره د خپل دوامدار ملاتړ په لړ کې د اتصالاتو شبکې په دې وروستیو کې د افغانستان په بېلابېلو ښوونځیو او پوهنتونونو کې د انټرنټ له آسانتیا سره د کمپیوټر لبونو د جوړولو چارې په لار اچولي دي.

د ښوونځي د بکسونو، د قرطاسیې او ډالیو وېش

د افغانستان د اتصالاتو یوې ډلې په دې وروستیو کې د ښوونځیو د زده کوونکو په منځ کې د ښوونځي د بکسونو، کمیسونو، خولیو، کتابچو او نورو توکو په ګډون له ۶۰۰۰ څخه ډېرې ډالۍ او سوغاتونه وېشلي دي. یادې ډلې د شاه محمود هوتکي ښوونځي، د آمنې فدوي د نجونو لیسې، په کابل کې د زرغونې وړوکتون او په پغمان کې د پغمان د نجونو ښوونځي څخه لیدنه کړې ده.

Aghanistan Institute For Civil Society (AICS)
Address: House # 58, Street # 12, Qala-e-Fatullah, Golahi Paikob
Opposite Sehat Afghan Clinic, Kabul Afghanistan
Website: www.aicsafg.org
Twitter: AICSaf
Email: info@aicsafg.org
Facebook: AICSafghanistan
Phone: +93 (0) 792829122