

بیتک



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

# عنوان پژوهش: تدوین شاخص شفافیت برای شرکتهای تعاونی در ایران

کارفرما: معاونت امور تعاون  
وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی



مجری: شفافیت برای ایران

۱۳۹۸



TP4.ir



@TP4\_ir



@TP4.ir



aparat.TP4.ir

## پیش‌گفتار

شفافیت در معنای مدرن، از اوایل قرن هجدهم میلادی و با تشکیل حکومت‌های مدرن دموکراتیک، مطرح گردید. در ابتدا، عمده‌ی بحث‌ها حول معنا، ابعاد، پیامدها و نقش شفافیت در ارتقای کیفیت حکمرانی بود. به تدریج، اهمیت شفافیت در ابعاد سیاسی، اقتصادی، حقوقی، قضایی و فرهنگی بر همگان آشکار گردید. در مراحل میانی، شفافیت به مثابه راهکاری برای ارتقای نظارت عمومی، کاهش فساد و افزایش اعتماد عمومی، شناخته شد. به نظر می‌رسد در مرحله‌ی فعلی، شفافیت، نه یک مسئله یا راهکار، بلکه یک ضرورت است. به عبارت بهتر، در عصر حاضر، شفافیت شرط لازم برای حکمرانی است. امروزه، نه تنها سطح مطالبه‌گری شهروندان در این زمینه، افزایش یافته، بلکه مشروعیت نظام سیاسی و احزاب و مقبولیت و محبوبیت شرکت‌ها، انجمن‌ها، سمن‌ها و سایر سازمان‌های مشابه نیز در گرو شفاف‌سازی قرار گرفته است. اگرچه ادبیات شفافیت در سطح بین‌المللی، عمدتاً مربوط به شفافیت حاکمیت برای عموم مردم است، اما در دهه‌های اخیر، این مفهوم از حوزه‌ی نظام حکمرانی خارج و به تدریج وارد حوزه شرکت‌های خصوصی، تعاونی، سازمان‌های مردم‌نهاد، خیریه‌ها، انجمن‌ها و به طور کلی هر تشکیلاتی که در ارتباط با حوزه عمومی جامعه قرار دارد، نیز شده است (Hermalin & Wisbach, 2007). ذکر این نکته ضروری است که بین منطق حاکم بر شفافیت حاکمیت برای عموم و به عنوان مثال، منطق حاکم بر شفافیت شرکت‌های خصوصی یا خیریه‌ها، تفاوت وجود دارد. در شفافیت حکومت برای مردم، مطالبه‌ی عمومی، فشار رسانه‌ها و احزاب رقیب، قوانین داخلی و حتی پیمان‌نامه‌های بین‌المللی، اهرم فشار بر حکومت محسوب می‌شوند. در حکومت‌های دموکراتیک، آشکارسازی و حق اطلاعاتی مردم، وظیفه‌ی حکومت‌ها محسوب می‌شود. در این جا هدف پاسخ‌گویی و در نتیجه مسئولیت‌پذیری مسئولین حکومتی در قبال مردم است؛ در حالی که در شفافیت شرکت‌ها و سایر گروه‌های مرتبط با حوزه‌ی عمومی، منطق مبتنی بر سود و زیان، حاکم است. جستجوی منافع شرکتی از سوی شرکت‌های خصوصی، در بازار آزاد، یک منطق بدیهی محسوب می‌شود. از سوی دیگر، این منطق در انتشار اطلاعات شرکتی نیز حکم‌فرما است. منطق بازار حکم می‌کند که شرکت‌های خصوصی از انتشار هر نوع داده یا اطلاعاتی که در تضاد با منافع آن‌ها قرار دارد، خودداری کنند. در این راستا، آرکون و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند که «معمولاً شفافیت، با این امید که بتواند نفع عمومی را برای کاربران متعدد و متکثر، به ارمغان بیاورد، زیان‌های زیادی را بر دوش گروه کوچکی از منتشرکنندگان اطلاعات، می‌گذارد. برای مثال، برچسب‌زنی بر روی مواد غذایی، تولیدکنندگان مواد غذایی را مجبور می‌کند تا اطلاعات مربوط به محصول تولیدشده را، در اختیار میلیون‌ها مشتری قرار بدهند و ارائه‌ی اطلاعات پیرامون مواد سمی انتشاریافته از سوی کارخانه‌ها، آن‌ها را وادار می‌کند تا به نفع میلیون‌ها شهروند، اطلاعات مواد سمی منتشرشده [در فرایند تولید] را ارائه کنند. تمرکز زیان‌ها و پراکندگی ذی‌نفعان، شرایطی را به وجود می‌آورد که در آن، افراد و گروه‌های متضرر، در جهت تضعیف سیاست

طراحی شده، سازمان‌یابی کنند» (ص، ۱۴). به عبارت دیگر، سیاست‌های شفاف‌سازی در حوزه‌ی غیرحکومتی، باید با منافع شرکت‌ها و سایر گروه‌ها، هم‌راستا باشند، در غیر این صورت، با مقاومت سازمان‌یافته‌ی ذی‌نفعان مواجه خواهند شد که همین مقاومت، منجر به ناپایداری این سیاست‌ها خواهد شد. به طور خلاصه، شرکت‌های خصوصی و سایر تشکلهای مشابه نظیر تعاونی‌ها، در انتشار اطلاعات - برای اعضاء، حاکمیت و عموم - باید به این جمع‌بندی برسند که شفافیت، در مجموع هم‌سو با اهداف مجموعه و منافع آنها است.

شرکت‌های تعاونی، به عنوان بنگاه‌های اقتصادی-اجتماعی، در مبحث شفاف‌سازی ذیل حوزه‌ی «شفافیت غیرحکومتی» قرار می‌گیرند. اگرچه سویه‌های اجتماعی این شرکت‌ها، آنها را از بنگاه‌های اقتصادی خصوصی، متمایز می‌کند، اما این شرکت‌ها به واسطه‌ی دارا بودن منافع مادی، با شرکت‌های خصوصی، مشابهت‌هایی دارند. تعاونی‌ها نیازمند آشکارسازی اطلاعات برای اعضاء، بازرس/بازرس‌ها، اعضای هیئت‌مدیره و سایر ذی‌نفعان هستند. همچنین برای این شرکت‌ها، از جنبه‌ی عمل به مسئولیت‌های اجتماعی و افزایش اعتماد عمومی به ویژه اعتماد مشتریان، آشکارسازی برخی اطلاعات ضروری است.

در این پژوهش تلاش شده است تا ضمن واکاوی ابعاد مختلف شفافیت در شرکت‌های تعاونی و بررسی تجربیات بین‌المللی در این زمینه، یک شاخص تحت عنوان «شاخص شفافیت در شرکت‌های تعاونی»<sup>۱</sup> برای سنجش شفافیت در این شرکت‌ها طراحی گردد. اگرچه در وضعیت فعلی، شرکت‌های تعاونی در ایران به لحاظ شفافیت در وضعیت مطلوبی قرار ندارند، اما امید می‌رود، طراحی این شاخص، ضمن ترویج مفهوم شفافیت در بین شرکت‌های تعاونی، به ارتقای کیفیت شرکت‌های تعاونی در ایران بیانجامد.

گزارش پیش‌رو، مشتمل بر پنج فصل است. در فصل نخست، به بیان کلیات پژوهش از جمله مقدمه، بیان مسئله، اهمیت و ضرورت پژوهش، تشریح فرایند پژوهش و در نهایت خروجی‌های موردانتظار، پرداخته شده‌است.

در فصل دوم به مرور ادبیات حوزه مورد مطالعه‌ی پژوهش پرداخته شده است. در این بخش ابتدا برخی مباحث نظری پیرامون شفافیت، دسته‌بندی و انواع آن، طرح و به‌طور کلی برای تشریح شفافیت در شرکت‌های تعاونی از سه مفهوم «داده‌ی اشتراکی»<sup>۲</sup> و «شفافیت شرکت برای عموم» از مفهوم «داده‌ی باز»<sup>۳</sup> استفاده شده است. علاوه بر این، در این فصل به برخی تجربیات بین‌المللی مرتبط اشاره شده است.

---

<sup>۱</sup>- CTI: Cooperative Transparency Index

<sup>۲</sup>- Shared Data

<sup>۳</sup>- Open Data

فصل سوم به ارائه نتایج پژوهش اختصاص دارد. در این فصل، نتایج تحلیل مصاحبه‌ها، جلسات گروه کانونی و همچنین گداهای استخراج‌شده و شاخص نهایی شفافیت شرکت‌های تعاونی ذکر گردیده است.

در فصل چهارم یک چارچوب عملیاتی برای کاربست شاخص طراحی شده، ارائه شده است. علاوه بر این، در این بخش راهکارها و پیشنهادهای سیاستی پژوهش در زمینه رفع موانع و غلبه بر چالش‌های شفافیت در شرکت‌های تعاونی، نیز ذکر گردیده است.

پیوست گزارش نیز مشتمل بر سه بخش است. در بخش نخست، ضمن تشریح فرایند انجام پایلوت و نتایج اخذشده، به تغییرات اعمال شده در شاخص نیز اشاره شده است. در بخش دوم، به ارزیابی وضعیت سامانه جامع هوشمند بخش تعاون پرداخته شده است و پیشنهادهایی برای ارتقای این سامانه با توجه به نتایج پژوهش، ارائه گردیده است. در بخش سوم نیز شناسنامه‌ی گویه‌های شاخص CTI با تشریح وضعیت مطلوب برای هر گویه آورده شده است.

بر خود لازم می‌دانیم مراتب تشکر و قدردانی خود را از کارفرمای محترم پروژه، جناب آقای کبیری معاون محترم امور تعاون و دستیار ایشان آقای شیواپور به جهت اعتماد به اندیشکده شفافیت برای ایران و تلاش برای ترویج گفتمان شفافیت در بخش تعاون، اعلام نماییم. در طول انجام پروژه، از رهنمودها و پیشنهادهای ناظر محترم پروژه، آقای سید معین هاشمی مدیرکل دفتر توسعه تعاون، بهره بردیم، بدین‌وسیله صمیمانه از زحمات ایشان سپاسگزاریم و آرزوی توفیق روزافزون برای ایشان داریم. آقایان محمود وزیر و مهدی یخچالی نیز با مشورت‌های بی‌دریغ و هوشمندانه‌ی خود، یاری‌رسان تیم پژوهش بودند، قدردان زحمات این دو بزرگوار نیز هستیم. در گزارش پژوهش، به جهت حفظ محرمانگی، از ذکر اسامی اعضای حاضر در گروه کانونی خودداری گردیده است، ضمن تشکر از این بزرگواران، برای آن‌ها توفیق و سربلندی روزافزون آرزومندیم.

وحید کشفی‌نیا

زمستان ۱۳۹۸

## درباره اندیشکده شفافیت برای ایران

«اندیشکده شفافیت برای ایران» در پی دغدغه تعدادی از دانشجویان دانشگاه‌های معتبر کشور در سال ۱۳۹۳ آغاز به کار کرد. این اندیشکده، راه‌حل بسیاری از مشکلات کشور را در تحقق «شفافیت» و مفاهیم مرتبط با آن نظیر مشارکت و نظارت همگانی، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی و پیش‌گیری و مبارزه با فساد و ناکارآمدی می‌داند. در مدت فعالیت این اندیشکده، افرادی با سلايق سیاسی مختلف در نهادهای حکمرانی کشور همانند مجلس شورای اسلامی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، قوه قضائیه جمهوری اسلامی ایران، شورای شهر تهران و برخی شهرستان‌ها و سایر ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی، به مباحث و پیشنهادهای علاقه‌مند شده و در موضوعات مختلف از طرح‌های این اندیشکده استقبال کردند؛ و این شروعی برای ورود اندیشکده به حوزه‌های اجرایی بود. تشکیل کمیته شفافیت در بعضی نهادها مثل کمیته شفافیت و شهر هوشمند شورای شهر تهران و کمیته شفافیت سازمان فناوری اطلاعات ایران و عضویت دائم اندیشکده در این کمیته‌ها، عضویت در کارگروه تحول قضایی و دبیری کمیته‌ی شفافیت قوه قضائیه، مشارکت در راه‌اندازی سامانه شفافیت قراردادهای شهرداری تهران، عارضه‌یابی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان صدا و سیما در موضوع تعارض منافع، تدوین سیاست داده‌ی باز شهرداری تهران، برگزاری کمپین شفافیت آراء و شفافیت حضور و غیاب در مجلس شورای اسلامی، توسعه سامانه شفافیت قراردادهای دولتی به عنوان یکی از ابزارهای شفافیت دولت، جریان‌سازی خبری در راستای ترویج مفهوم شفافیت، و تهیه محصولات متنوع چندرسانه‌ای از اهم فعالیت‌های این اندیشکده در سال‌های گذشته بوده است.

اندیشکده شفافیت برای ایران، در سال ۱۳۹۷ به عنوان یک سازمان مردم‌نهاد با نام «مؤسسه پیشگامان شفافیت و پیشرفت» به شماره ۴۵۴۱۱ در وزارت کشور به ثبت رسید و در حال حاضر با حدود ۴۰ نفر از متخصصان رشته‌های مختلف، به فعالیت‌های پژوهشی، گفتمان‌سازی و اجرایی می‌پردازد.

## خلاصه مدیریتی

### (۱) مشخصات اعضای پژوهش

پژوهش «تدوین شاخص شفافیت برای شرکتهای تعاونی در ایران» به سفارش معاونت امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، در تاریخ ۱۵ مرداد ۱۳۹۸ آغاز گردید. طبق قرارداد منعقدشده، مدت زمان ۵ ماه برای انجام پژوهش در نظر گرفته شده بود. این پژوهش با همکاری ۵ نفر پژوهشگر و ۲ نفر مشاور، اجرا گردید که در جدول ۱- مشخصات اعضای پژوهش قابل ملاحظه است.

جدول ۱- مشخصات اعضای پژوهش

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت	تحصیلات	رشته تحصیلی	دانشگاه
۱	محمدعلی زارع	مسئول تیم مطالعات شفافیت اندیشکده	دانشجوی دکتری	سیاست گذاری عمومی	علامه طباطبائی
۲	وحید کشفی نیا	مدیر پروژه	دانشجوی دکتری	جامعه شناسی	شهیدبهبشتی
۳	بهزاد مینایی	مسئول مطالعات اسنادی	دانشجوی دکتری	مدیریت صنعتی	تهران
۴	محمد رضا مسعودی	مسئول مطالعات میدانی	کارشناس ارشد	آینده پژوهی	تهران
۵	مرتضی دیاری	دستیار مطالعات میدانی	کارشناس ارشد	رفاه اجتماعی	تهران
۶	مهدی یخچالی	مشاور داخلی پژوهش	دانشجوی دکتری	مدیریت دولتی	تهران
۷	محمود وزیر	مشاور خارجی پژوهش	مدیرکل بازنشسته معاونت امور تعاون		

## ۲) جلسات با کارفرما

در طول انجام پژوهش، جلسات متعددی بین تیم پژوهش، کارفرما و ناظر پژوهش در محل معاونت امور تعاون، برگزار گردید. در جدول ۲- جلسات با کارفرما با ذکر تاریخ، مکان و تعداد حاضرین، ذکر گردیده است.

جدول ۲- جلسات با کارفرما

جلسه	تاریخ	مکان	تعداد حاضرین
۱	۹۸/۰۲/۱۱	معاونت امور تعاون	۲
۲	۹۸/۰۳/۰۴	معاونت امور تعاون	۳
۳	۹۸/۰۴/۲۶	معاونت امور تعاون	۲
۴	۹۸/۰۵/۱۹	معاونت امور تعاون	۴
۵	۹۸/۰۵/۲۸	معاونت امور تعاون	۴
۶	۹۸/۰۶/۰۲	معاونت امور تعاون	۵
۷	۹۸/۰۶/۰۶	معاونت امور تعاون	۴
۸	۹۸/۰۷/۰۸	معاونت امور تعاون	۴
۹	۹۸/۰۸/۲۷	معاونت امور تعاون	۵
۱۰	۹۸/۰۹/۳۰	معاونت امور تعاون	۵
۱۱	۹۸/۱۰/۳۰	معاونت امور تعاون	۶
۱۲	۹۸/۱۱/۰۲	معاونت امور تعاون	۳

### ۳) جلسات تیم پژوهش

در بازه‌ی زمانی اجرای پژوهش، جلسات مستمری بین اعضای تیم پژوهش، جهت هماهنگی و برنامه‌ریزی روند کار برگزار گردید. در جدول ۳- جلسات تیم پژوهش با ذکر تاریخ، مکان و تعداد حاضرین، ذکر گردیده است.

جدول ۳- جلسات تیم پژوهش

جلسه	تاریخ	مکان	تعداد حاضرین
۱	۹۸/۰۴/۲۹	اندیشکده	۳
۲	۹۸/۰۵/۰۶	اندیشکده	۵
۳	۹۸/۰۵/۱۳	اندیشکده	۵
۴	۹۸/۰۶/۰۳	اندیشکده	۴
۵	۹۸/۰۶/۱۰	اندیشکده	۶
۶	۹۸/۰۶/۱۳	اندیشکده	۴
۷	۹۸/۰۷/۰۳	اندیشکده	۴
۸	۹۸/۰۷/۰۷	اندیشکده	۳
۹	۹۸/۰۷/۱۴	اندیشکده	۳
۱۰	۹۸/۰۸/۱۸	اندیشکده	۴
۱۱	۹۸/۰۸/۲۵	اندیشکده	۵
۱۲	۹۸/۰۹/۰۲	اندیشکده	۴
۱۳	۹۸/۰۹/۰۶	اندیشکده	۳
۱۴	۹۸/۰۹/۱۰	اندیشکده	۵
۱۵	۹۸/۰۹/۱۳	اندیشکده	۶
۱۶	۹۸/۰۹/۱۳	اندیشکده	۴
۱۷	۹۸/۰۹/۱۸	اندیشکده	۵



جلسه	تاریخ	مکان	تعداد حاضرین
۱۸	۹۸/۰۹/۲۴	اندیشکده	۲
۱۹	۹۸/۰۹/۲۵	اندیشکده	۵
۲۰	۹۸/۰۹/۲۷	اندیشکده	۵
۲۱	۹۸/۱۰/۰۴	اندیشکده	۴
۲۲	۹۸/۱۰/۰۵	اندیشکده	۴
۲۳	۹۸/۱۰/۱۲	اندیشکده	۴

#### ۴) جلسات تیم پژوهش با حضور مشاور خارجی

علاوه بر مشاور داخلی پژوهش، برخی جلسات تیم با حضور مشاور خارجی پژوهش که از مدیران اسبق و خبره حوزه‌ی تعاون بودند، برگزار گردید. در جدول زیر اطلاعات مربوط به جلسات تیم با ایشان آورده شده است.

جدول ۴- جلسات با حضور مشاور خارجی

جلسه	تاریخ	مکان	تعداد حاضرین
۱	۹۸/۰۵/۱۳	اندیشکده	۵
۲	۹۸/۰۶/۱۰	اندیشکده	۶
۳	۹۸/۰۸/۲۵	اندیشکده	۵
۴	۹۸/۰۹/۰۲	اندیشکده	۴
۵	۹۸/۰۹/۱۳	اندیشکده	۶
۶	۹۸/۰۹/۲۷	اندیشکده	۵

## ۵) مصاحبه‌های انجام شده

در این پژوهش، علاوه بر مطالعات اسنادی و بررسی تجربیات بین‌المللی در زمینه شفافیت شرکت‌های تعاونی، تعدادی مصاحبه با برخی از خبرگان حوزه تعاون، اعم از مدیران ستادی و صف معاونت امور تعاون، اعضای اتحادیه‌ها و اتاق‌ها و برخی تعاون‌گران انجام گرفت. در جدول زیر آمار مصاحبه‌های انجام شده، قابل ملاحظه است.

جدول ۵- آمار کلی مصاحبه‌های انجام شده

عنوان	تعداد/دقیقه
تعداد افراد منتخب برای مصاحبه	۸۶
تعداد مصاحبه‌های موفق	۴۵
عدم تمایل به مصاحبه	۴۱
مدت زمان انجام مصاحبه (دقیقه)	۲۱۷۶

## ۶) جلسات گروه کانونی

علاوه بر مصاحبه با خبرگان و متخصصین حوزه تعاون، به منظور تعیین گویه‌های نهایی، جلساتی تحت عنوان گروه کانونی برگزار گردید. در این جلسات، گویه‌های مستخرج از مرور پیشینه و مصاحبه‌ها، با حضور خبرگانی از حوزه‌های مختلف عرصه تعاون به تفصیل مورد بحث و بررسی قرار گرفت. سپس با استفاده از نظرات کارشناسان مذکور، گویه‌ها پالایش، تصحیح و وزندهی و در نهایت، شاخص شفافیت شرکت‌های تعاونی استخراج گردید. عطف به سیاست محرمانگی پژوهش، از ذکر اسامی اعضای گروه کانونی خودداری شده است.

جدول ۶- جلسات گروه کانونی

جلسه	تاریخ	مکان	مدت زمان	تعداد حاضرین
اول	۹۸/۰۹/۱۶	اندیشکده	۱:۳۰	۷
دوم	۹۸/۰۹/۱۶	اندیشکده	۱:۳۰	۷

## ۷) جدول زمان بندی پژوهش

در قرارداد منعقدشده میان کارفرما و مجری، تاریخ شروع پژوهش ۱۵ مرداد ۱۳۹۸ و مدت زمان انجام آن، ۵ ماه تعیین گردید. در جدول زیر فعالیت های انجام شده به تفکیک بازه های دوهفته ای، ذکر شده است. مربع های سبز به معنای اقدامات انجام شده است.

جدول ۷- جدول زمان بندی پژوهش

فاز	عنوان	فعالیت	نیمه دوم مرداد	نیمه اول شهریور	نیمه دوم شهریور	نیمه اول مهر	نیمه دوم مهر	نیمه اول آبان	نیمه دوم آبان	نیمه اول آذر	نیمه دوم آذر	نیمه اول دی	نیمه دوم دی	نیمه اول بهمن
اول	اکتشافی	برگزاری جلسات همفکری و هماهنگی												
		جلسات آموزشی آشنایی با تعاون از سوی مشاور پژوهش												
		مطالعه پیرامون بخش تعاون و شرکت های تعاونی												
		بررسی پیشینه تعاون و شرکت های تعاونی در ایران												
		تدقیق روش شناسی												
		نگارش گزارش فاز اول												
دوم	مطالعات اسنادی	برگزاری جلسات همفکری و هماهنگی برای فاز دوم پژوهش												
		مطالعات نظری و مفهومی												
		مرور اسناد بالادستی، قوانین، مصوبات و غیره												
		مرور پژوهش های داخلی و خارجی (مرور سیستماتیک)												
		مفهوم سازی و طراحی چارچوب مفهومی												

فاز	عنوان	فعالیت	نیمه دوم مرداد	نیمه اول شهریور	نیمه دوم شهریور	نیمه اول مهر	نیمه دوم مهر	نیمه اول آبان	نیمه دوم آبان	نیمه اول آذر	نیمه دوم آذر	نیمه اول دی	نیمه دوم دی	نیمه اول بهمن	
		نگارش گزارش فاز دوم													
سوم	مطالعات میدانی	تهیه لیست مصاحبه‌شونده‌ها و هماهنگی برای مصاحبه													
		انجام مصاحبه													
		پیاده‌سازی و تحلیل مصاحبه‌ها													
		کُدگذاری و تهیه جدول تحلیل مصاحبه‌ها													
		نگارش گزارش فاز سوم													
		نگارش گزارش فاز سوم													
چهارم	برگزاری گروه کانونی	هماهنگی خبرگان برای گروه کانونی													
		برگزاری جلسه اول													
		تحلیل و بررسی نتایج جلسه اول													
		برگزاری جلسه دوم													
		تحلیل و بررسی نتایج جلسه دوم													
		جمع‌بندی نتایج و نگارش گزارش مکتوب													
پنجم	تدوین شاخص	بازبینی نهایی گزارش و ارائه گزارش مکتوب													
ششم	انجام پایلوت	پایلوت چهار شرکت تعاونی با استفاده از شاخص CTI													

## فهرست مطالب

۱ - فصل اول: کلیات پژوهش.....	۱
۱-۱. مقدمه.....	۱
۱-۲. بیان مسئله و ضرورت.....	۳
۱-۳. اهداف پژوهش.....	۶
۱-۴. قلمرو پژوهش.....	۶
۱-۵. روش‌شناسی پژوهش.....	۶
۱-۵-۱. تحلیل اسنادی.....	۷
۱-۵-۲. مصاحبه با خبرگان.....	۸
۱-۵-۳. گروه کانونی.....	۸
۱-۶. روش تجزیه و تحلیل داده.....	۹
۲ - فصل دوم: مرور ادبیات پژوهش.....	۱۰
۲-۱. شفافیت چیست؟.....	۱۰
۲-۱-۱. اصل اول: انتشار اطلاعات مناسب.....	۱۱
۲-۱-۲. اصل دوم: انتشار اطلاعات با حجم مناسب.....	۱۲
۲-۱-۳. اصل سوم: انتشار اطلاعات در زمان مناسب.....	۱۴
۲-۱-۴. اصل چهارم: انتشار اطلاعات در محل مناسب.....	۱۴
۲-۱-۵. اصل پنجم: انتشار اطلاعات برای مخاطبان مناسب.....	۱۴
۲-۱-۶. اصل ششم: انتشار اطلاعات با استاندارد مناسب.....	۱۵
۲-۲. دسته‌بندی شفافیت بر اساس منتشرکنندگان و کاربران.....	۱۷
۲-۲-۱. شفافیت حکومت برای عموم.....	۱۹
۲-۲-۲. شفافیت عموم برای حکومت.....	۲۲
۲-۲-۳. شفافیت نهادهای غیرحکومتی.....	۲۳
۲-۳. دسته‌بندی شفافیت بر اساس سطح دسترسی.....	۲۵
۲-۳-۱. داده‌ی بسته.....	۲۶
۲-۳-۲. داده‌ی اشتراکی.....	۲۶
۲-۳-۳. داده‌ی باز.....	۲۶
۲-۴. شفافیت شرکت‌های تعاونی.....	۲۷

۲۸	۲-۴-۱. داده‌ی بسته
۲۸	۲-۴-۱-۱. شفافیت شرکتی
۲۸	مدل بوشمن و همکاران برای شفافیت شرکتی
۲۹	مدل موسسه استاندارد آند پورز
۳۱	شاخص شفافیت شرکتی سازمان شفافیت بین‌الملل
۳۳	۲-۴-۱-۲. حکمرانی شرکتی
۳۴	مدل حکمرانی شرکتی OECD
۳۸	حکمرانی شرکتی در شرکت‌های چینی
۴۲	حکمرانی شرکتی در شرکت‌های مالزی
۴۳	حکمرانی شرکتی در تعاونی‌های بریتانیا
۴۴	حکمرانی شرکتی در تعاونی‌های برزیل
۴۸	۲-۴-۲. داده‌ی اشتراکی
۴۹	۲-۴-۳. داده‌ی باز: شفافیت برای عموم
۵۱	۲-۴-۳-۱. داده‌ی باز حکومتی
۵۱	شفافیت شهرداری‌های پرتغال برای عموم
۵۷	شاخص شفافیت اطلاعات در سطح بین‌المللی
۶۰	۲-۴-۳-۲. داده‌ی باز شرکتی
۶۰	پایگاه داده‌ی باز شرکت‌های دنیا
۶۲	داده‌ی باز شرکت‌های تعاونی در بریتانیا
۶۹	۲-۵. چارچوب مفهومی
۶۹	۲-۵-۱. اصول محوری شفافیت
۷۰	۲-۵-۲. کاربران شفافیت در شرکت‌های تعاونی
۷۱	۲-۵-۳. مقدار انتشار داده در شرکت‌های تعاونی
۷۱	۲-۵-۴. زمان انتشار داده در شرکت‌های تعاونی
۷۲	۲-۵-۵. شیوه انتشار داده در شرکت‌های تعاونی
۷۴	۲-۵-۶. جمع‌بندی
۷۵	۳ - فصل سوم: نتایج پژوهش
۷۵	۳-۱. تحلیل مطالعات اسنادی
۷۷	۳-۱-۱. جدول گویه‌های استخراج‌شده از مطالعات اسنادی
۸۱	۳-۲. مطالعات میدانی

۸۶	..... شیوه‌نامه کُدگذاری مصاحبه‌ها
۸۷	..... نمونه کُدگذاری یک مصاحبه (کُد مصاحبه A0101)
۹۱	..... گویه‌های مستخرج از مطالعات میدانی
۹۴	..... غربال‌گری
۹۷	..... گروه کانونی
۱۰۰	..... جدول گویه‌های نهایی به‌همراه ابعاد
۱۰۳	..... نمودار شاخص CTI
۱۰۴	..... جدول شاخص CTI
۱۰۵	..... جمع‌بندی فصل سوم
۱۰۶	..... وزن‌دهی و رتبه‌بندی ابعاد شاخص CTI
۱۰۷	..... وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌های شاخص CTI
۱۰۷	..... وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها به تفکیک بُعد
۱۰۹	..... وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها بدون احتساب بُعد
۱۱۲	..... فصل چهارم: ارائه کاربست و پیشنهادها
۱۱۲	..... کاربست
۱۱۲	..... شیوه محاسبه امتیازها در شاخص
۱۱۵	..... مثال: وضعیت مطلوب برای یک شرکت در گویه اساسنامه
۱۱۶	..... وضعیت موجود یک شرکت تعاونی در گویه اساسنامه (مستخرج از پایلوت شرکت اول)
۱۱۷	..... بازه‌ی امتیاز شاخص
۱۱۹	..... پیشنهادهای سیاستی
۱۱۹	..... مشارکت بازیگران عمده بخش تعاون در شفافیت
۱۲۰	..... دولت پیشگام شفافیت
۱۲۱	..... شفافیت اداری و سازمانی
۱۲۳	..... شفافیت قراردادهای دولتی
۱۲۴	..... شفافیت پروژه‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی
۱۲۵	..... لزوم میانجی‌گری و تنظیم‌گری دولت
۱۲۵	..... بازنویسی قوانین و مقررات مربوط به حوزه‌ی تعاون بر اساس ویژگی‌های خاص تعاونی‌ها
۱۲۶	..... ابهام‌زدایی، اصلاح و تدقیق قوانین و آئین‌نامه‌ها به منظور ایجاد وحدت رویه
۱۲۶	..... قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به موضوع واحد که در حیطه مسئولیت دو یا چند نهاد (یا بخش) موازی است
۱۲۶	..... قوانین مربوط به معافیت‌های مالیاتی حوزه تعاون

قوانین ثبتی مربوط به تعاونی‌ها.....	۱۲۶
امتیازات قانونی تعاونی‌ها از قبیل حق تقدم و ترک تشریفات در معاملات دولتی.....	۱۲۷
چارچوب آیین‌نامه‌های داخلی تعاونی‌ها.....	۱۲۷
آیین‌نامه اجرایی انتخابات تعاونی‌ها.....	۱۲۷
حدود نظارت و اعمال نظر وزارت تعاون در امور تعاونی‌ها.....	۱۲۷
قوانین ناسخ و منسوخ در نسخه‌های مختلف قانون تعاون.....	۱۲۷
۴-۳-۳-۲-۴. کاهش بروکراسی و افزایش شفافیت در فرایندهای اداری.....	۱۲۸
۴-۳-۳-۴-۴. یکپارچه‌سازی اطلاعات با سایر دستگاه‌های حاکمیتی مرتبط با حوزه تعاون.....	۱۲۸
۴-۳-۳-۵-۴. اتخاذ سیاست‌های مشوق شفافیت.....	۱۲۸
۴-۳-۳-۶-۴. آموزش.....	۱۲۹
۴-۳-۴-۴. محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی.....	۱۳۱
۴-۳-۱-۴-۴. محدودیت‌های پژوهش.....	۱۳۱
۱-۱-۳-۴-۴. نبود ادبیات پژوهشی در حوزه شفافیت شرکت‌های تعاونی.....	۱۳۱
۲-۱-۳-۴-۴. عدم پذیرش شفافیت به عنوان یک ضرورت در بخش تعاون کشور.....	۱۳۱
۳-۱-۳-۴-۴. عدم تمایل فعالین حوزه تعاون به انجام گفتگو در زمینه شفافیت.....	۱۳۲
۴-۱-۳-۴-۴. عدم همکاری سایر بخش‌های تعاون در پیش‌برد پژوهش.....	۱۳۲
۴-۳-۲-۴-۴. پیشنهادها برای ادامه مسیر شفافیت در بخش تعاون.....	۱۳۳
۴-۳-۲-۱-۴-۴. عملیاتی‌سازی شاخص CTI به صورت پایلوت در یک استان.....	۱۳۳
۴-۳-۲-۲-۴-۴. طراحی یک نرم‌افزار یا سامانه برای شاخص CTI.....	۱۳۳
۴-۳-۲-۳-۴-۴. سنجش سالانه CTI در شرکت‌های تعاونی.....	۱۳۳
۴-۳-۲-۴-۴. طراحی شاخص شفافیت در سایر بخش‌های تعاون کشور.....	۱۳۴
۵ - فهرست منابع.....	۱۳۵
۶ - پیوست‌ها.....	۱۳۷
۶-۱. پایلوت چهار شرکت تعاونی با شاخص CTI.....	۱۳۸
۶-۱-۱. نتیجه‌گیری کلی انجام پایلوت.....	۱۳۸
۶-۱-۲. اصلاحات انجام‌شده پس از پایلوت.....	۱۳۸
۶-۱-۳. امتیاز شرکت‌های پایلوت‌شده.....	۱۳۹
۶-۲. مقایسه شاخص CTI با سامانه جامع هوشمند بخش تعاون.....	۱۴۰
۶-۳. شناسنامه گویه‌ها.....	۱۴۶
۶-۳-۱. اساسنامه شرکت.....	۱۴۶



۱۴۷.....	۶-۳-۲ مجوز و پروانه تأسیس شرکت
۱۴۸.....	۶-۳-۳ مجوزهای فعالیت شرکت
۱۴۹.....	۶-۳-۴ آئین‌نامه‌های داخلی شرکت
۱۵۰.....	۶-۳-۵ تعداد اعضای تعاونی
۱۵۱.....	۶-۳-۶ تعداد شاغلین در شرکت
۱۵۲.....	۶-۳-۷ مشخصات هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس/بازرس‌ها
۱۵۳.....	۶-۳-۸ مشخصات مدیران شرکت
۱۵۴.....	۶-۳-۹ وضعیت عضویت تعاونی در اتحادیه‌ها و اتاق‌ها
۱۵۵.....	۶-۳-۱۰ شکایت‌های اعضا
۱۵۶.....	۶-۳-۱۱ احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی یا دولتی
۱۵۷.....	۶-۳-۱۲ وضعیت سهام شرکت
۱۵۸.....	۶-۳-۱۳ مشخصات اعضای تعاونی
۱۵۹.....	۶-۳-۱۴ مشخصات کارکنان شرکت
۱۶۰.....	۶-۳-۱۵ ترازنامه
۱۶۱.....	۶-۳-۱۶ صورت سود و زیان جاری و انباشته
۱۶۲.....	۶-۳-۱۷ صورت وجوه نقد
۱۶۳.....	۶-۳-۱۸ موجودی مواد و کالا
۱۶۴.....	۶-۳-۱۹ نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت
۱۶۵.....	۶-۳-۲۰ برگزاری مناقصه‌ها و مزایده‌ها
۱۶۶.....	۶-۳-۲۱ شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها
۱۶۷.....	۶-۳-۲۲ قراردادهای تجاری شرکت
۱۶۸.....	۶-۳-۲۳ سرمایه‌گذاران شرکت (غیرعضو و غیرسهام‌دار)
۱۶۹.....	۶-۳-۲۴ تأمین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت
۱۷۰.....	۶-۳-۲۵ دستورجلسات هیئت‌مدیره
۱۷۱.....	۶-۳-۲۶ صورت‌جلسات هیئت‌مدیره
۱۷۲.....	۶-۳-۲۷ دستورجلسات مجامع
۱۷۳.....	۶-۳-۲۸ صورت‌جلسات مجامع
۱۷۴.....	۶-۳-۲۹ مشخصات هیئت‌رئیس مجامع
۱۷۵.....	۶-۳-۳۰ گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره

۱۷۶.....	۶-۳-۳۱ گزارش‌های بازرس/بازرس‌ها
۱۷۷.....	۶-۳-۳۲ وضعیت وکالت‌نامه‌ها
۱۷۸.....	۶-۳-۳۳ رای‌گیری در مجامع
۱۷۹.....	۶-۳-۳۴ حقوق و مزایای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس/بازرس‌ها
۱۸۰.....	۶-۳-۳۵ حقوق و مزایای مدیران شرکت
۱۸۱.....	۶-۳-۳۶ حقوق و مزایای کارکنان شرکت
۱۸۲.....	۶-۳-۳۷ چشم‌انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت
۱۸۳.....	۶-۳-۳۸ مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی
۱۸۴.....	۶-۳-۳۹ مرام‌نامه یا کُدهای اخلاقی شرکت

## فهرست جدول‌ها

جدول ۱- مشخصات اعضای پژوهش .....	ا
جدول ۲- جلسات با کارفرما.....	ب
جدول ۳- جلسات تیم پژوهش .....	ج
جدول ۴- جلسات با حضور مشاور خارجی .....	د
جدول ۵- آمار کلی مصاحبه‌های انجام‌شده .....	ه
جدول ۶- جلسات گروه کانونی .....	ه
جدول ۷- جدول زمان‌بندی پژوهش .....	و
جدول ۸- اسناد و قوانین مورد استناد در پژوهش .....	ز
جدول ۹- شاخص شفافیت شرکت‌های چینی، پژوهش چیونگ و همکاران (۲۰۱۰) .....	۳۹
جدول ۱۰- پرسشنامه شفافیت شرکتی پژوهش چیونگ و همکاران (۲۰۱۰) .....	۴۰
جدول ۱۱- ابعاد و گویه‌های شاخص طراحی‌شده توسط داکروز و همکاران (۲۰۱۶) .....	۵۳
جدول ۱۲- جدول شاخص شفافیت ویلیامز (۲۰۱۵) .....	۵۸
جدول ۱۳- ابعاد و گویه‌های داده‌ی‌باز تعاونی‌های بریتانیا.....	۶۴
جدول ۱۴- اصول محوری شفافیت .....	۶۹
جدول ۱۵- شفافیت شرکت‌های تعاونی بر اساس نوع داده .....	۷۰
جدول ۱۶- جمع‌بندی چارچوب مفهومی پژوهش .....	۷۴
جدول ۱۷- آمار منابع مورد بررسی در پژوهش .....	۷۷
جدول ۱۸- گویه‌های استخراج‌شده از مطالعات اسنادی .....	۷۷
جدول ۱۹- اطلاعات مصاحبه‌های انجام‌شده .....	۸۱
جدول ۲۰- جدول خلاصه تحلیل مصاحبه گُد A0101 .....	۸۷
جدول ۲۱- جدول گویه‌های مستخرج از مطالعات میدانی .....	۹۱
جدول ۲۲- نتایج کسب‌شده از غربال‌گری به روش CVI .....	۹۴
جدول ۲۳- قالب پرسشنامه گروه کانونی .....	۹۹
جدول ۲۴- جدول نهایی گویه‌های استخراج‌شده به همراه ابعاد و توضیحات .....	۱۰۰
جدول ۲۵- جدول شاخص CTI .....	۱۰۴
جدول ۲۶- وزن‌دهی و رتبه‌بندی ابعاد شاخص CTI .....	۱۰۶
جدول ۲۷- وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها به تفکیک بُعد .....	۱۰۷
جدول ۲۸- وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها بدون احتساب بُعد .....	۱۰۹
جدول ۲۹- شیوه محاسبه امتیاز هر گویه در شاخص CTI .....	۱۱۳
جدول ۳۰- انواع امتیازها در سنجش وضعیت شفافیت یک شرکت با شاخص CTI .....	۱۱۴
جدول ۳۱- وضعیت مطلوب برای یک شرکت در گویه اساسنامه .....	۱۱۵

- جدول ۳۲- وضعیت موجود یک شرکت تعاونی در گویه اساسنامه (مستخرج از پایلوت شرکت اول)..... ۱۱۶
- جدول ۳۳- نقشه شفافیت شاخص اداری- سازمانی برای ارگان‌های دولتی ..... ۱۲۱
- جدول ۳۴- نقشه شفافیت قراردادهای دولتی برای ارگان‌های دولتی..... ۱۲۳
- جدول ۳۵- نقشه شفافیت پروژه‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی برای ارگان‌های دولتی ..... ۱۲۴
- جدول ۳۶- امتیاز شرکت‌های پایلوت‌شده..... ۱۳۹
- جدول ۳۷- جدول ارزیابی سامانه جامع هوشمند بخش تعاون با شاخص CTI..... ۱۴۳

## فهرست اشکال

- شکل ۱- ارزش‌های ده‌گانه تعاون ..... ۲
- شکل ۲- بازیگران اصلی شفافیت در بخش تعاون ..... ۵
- شکل ۳- سطوح انتشار داده برزلی ..... ۱۶
- شکل ۴- ابعاد شفافیت بر اساس منتشرکننده و کاربر اطلاعات ..... ۱۸
- شکل ۵- دسته‌بندی انواع داده بر اساس ODI ..... ۲۵
- شکل ۶- شفافیت شرکت‌های تعاونی به تفکیک انواع داده و کاربران آنها ..... ۲۷
- شکل ۷- اصول حکمرانی شرکتی ..... ۳۶
- شکل ۸- چارچوب مفهومی ویلیامز درباره شفافیت ..... ۵۷
- شکل ۹- شفافیت شرکت بریتیش پترولیوم در پایگاه داده شفافیت شرکت‌های دنیا ..... ۶۱
- شکل ۱۰- اینفوگرافی بخش تعاون در بریتانیا (۲۰۱۹) ..... ۶۳
- شکل ۱۱- صفحه اطلاعات کلی تعاونی‌ها در بریتانیا ..... ۶۷
- شکل ۱۲- اطلاعات منتشرشده از شرکت‌های تعاونی در سامانه داده‌ی باز بریتانیا ..... ۶۸
- شکل ۱۳- آمار منابع علمی مرور شده ..... ۷۵
- شکل ۱۴- فرایند استخراج گویه‌ها از مطالعات اسنادی ..... ۷۶
- شکل ۱۵- توزیع مصاحبه‌ها به تفکیک هدف‌گذاری اولیه و مصاحبه‌های موفق در چهار بخش تعاون ..... ۸۵
- شکل ۱۶- بازه‌ی امتیاز CTI ..... ۱۱۸
- شکل ۱۷- صفحه نخست سامانه جامع هوشمند بخش تعاون ..... ۱۴۰

## فهرست نمودارها

- نمودار ۱- تعداد مصاحبه‌های موفق به تفکیک بخش ..... ۸۳
- نمودار ۲- توزیع مصاحبه‌های انجام‌شده در شرکت‌های تعاونی به تفکیک استان ..... ۸۴
- نمودار ۳- نمودار شاخص CTI ..... ۱۰۳

## ۱ - فصل اول: کلیات پژوهش

### ۱-۱. مقدمه

تعاون<sup>۱</sup> در معنای عام، مترادف با همکاری اجتماعی<sup>۲</sup> است و در معنای خاص اشاره به نوعی شرکت اقتصادی-اجتماعی دارد. در معنای عام، از بدوی‌ترین شیوه‌های زندگی انسان‌ها گرفته تا پیچیده‌ترین روابط بین‌المللی، تعاون، قابل تشخیص است و از این رو می‌توان آن را، مشخصه عمومی تمام جوامع انسانی دانست. بدیهی است که بدون همکاری بین انسان‌ها، برپایی تمدن برای بشر امکان‌پذیر نبوده است. همکاری اجتماعی نه تنها برای حیات اجتماعی ضروری است، بلکه دارای سویه‌های روانشناختی، اخلاقی و اجتماعی نیز است. دیکمن و لیندنبورگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) همکاری اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کنند: «زمانی می‌توان از همکاری اجتماعی یا تعاون سخن گفت که در یک گروه اجتماعی، هر عضوی، مشتاقانه، چنان عمل نماید که عمل او در راستای آسایش و نفع دیگری باشد» (ص، ۱). این نوع تعامل بدون حضور هنجارها و ارزش‌های اجتماعی میسر نیست. به عبارت دیگر، همکاری اجتماعی، نتیجه ارزش‌ها و هنجارهای به‌اشتراک گذارده شده در یک جامعه است. به طور خلاصه می‌توان گفت، همکاری اجتماعی یک تعامل اجتماعی سامان‌یافته و هدفمند است و زمانی پدیدار می‌شود که کنش‌گران اجتماعی، آگاهانه (نه به واسطه فریب یا تطمیع) و ارادی (نه از روی اجبار)، برای دستیابی به هدف یا اهدافی معین، برنامه‌ریزی و جهت‌نیل به این اهداف، با یکدیگر تشریک مساعی می‌کنند.

افزایش بازدهی اقتصادی، رونق اقتصاد، ایجاد شغل، بازتوزیع ثروت در بین اقشار کم‌درآمد، تحقق عدالت، از حاشیه به متن کشاندن گروه‌های حاشیه‌ای در جامعه نظیر زنان و توانمند ساختن آن‌ها، گسترش روحیه نوع‌دوستی و بهبود شرایط اخلاقی جامعه، برخی از پیامدهای اجتماعی گسترش همکاری در یک جامعه

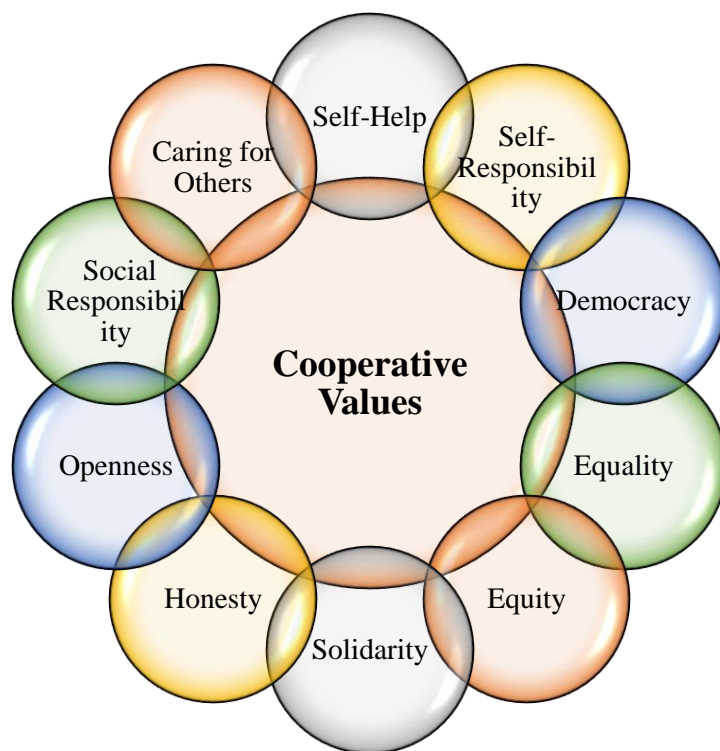
1- Cooperation

2- Social Cooperation

3- Diekmann & Lindenberg

هستند. برخلاف دیدگاه‌هایی نظیر انتخاب عقلانی<sup>۱</sup>، نظریه‌ی بازی<sup>۲</sup>، نظریه‌ی انسان اقتصادی<sup>۳</sup> و سایر دیدگاه‌های مشابه، در همکاری اجتماعی، انسان و ارزش‌های انسانی اصل قرار می‌گیرند. روح جمع‌گرایانه‌ی حاکم بر روابط مبتنی بر همکاری اجتماعی، در تقابل با فردگرایی خودخواهانه حاکم بر روابط در نظام بازار، قرار می‌گیرد.

طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، تعاون یکی از بخش‌های سه‌گانه اقتصاد کشور است. این درحالی است که طی دهه‌های اخیر، حاکمیت توجه شایسته‌ای به این بخش نداشته و همین امر مشکلات متعددی را متوجه عرصه تعاون کشور نموده است. یکی از مشکلات حوزه تعاون، عدم شفافیت آن است که در مواردی منجر به وقوع فساد و ناکارآمدی گردیده است. به زعم برخی کارشناسان، ریشه‌های اصلی مشکلات در حوزه‌هایی نظیر مسکن، در نبود شفافیت است. این در حالی است که «شفافیت» یکی از ارزش‌های تعاون در جهان نیز شناخته می‌شود. شکل ۱- ارزش‌های ده‌گانه تعاون را نشان می‌دهد که شفافیت یکی از این ارزش‌ها است. این ارزش‌ها از بیانیه هویت تعاون برگرفته شده‌اند.



شکل ۱- ارزش‌های ده‌گانه تعاون

1- Rational Choice  
2- Game Theory  
3- Homo Economicus

## ۱-۲. بیان مسئله و ضرورت

امروزه شفافیت در معنای عام، یکی از ضرورت‌های سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و نظارت محسوب می‌شود. نه تنها دستگاه‌های دولتی، بلکه بخش خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد، خیریه‌ها و حتی تعاونی‌ها نیز می‌توانند ضمن حرکت به سوی شفاف‌سازی، از مزایای آن بهره‌مند شوند. اولین و مهم‌ترین پیامد شفاف‌سازی، کنترل فساد است. بدیهی است که حوزه‌هایی که منابع مالی در آن‌ها هزینه می‌شود، بیش‌تر در معرض فساد قرار دارند و بیش‌تر نیازمند شفاف‌سازی هستند. اگرچه ممکن است گفته شود که شفافیت بدون جنبش اجتماعی و فشار مردمی، بی‌فایده است، اما تجربه نشان می‌دهد که در بدبینانه‌ترین حالت، حتی در فقدان هرگونه نظارت و فشار مردمی، صرف شفاف‌سازی، با ایجاد امکان دیده‌شدن و امکان نظارت، رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و مانع ارتکاب به فساد و تخلف می‌شود. علاوه بر این، شفافیت، افراد را وادار به پاسخ‌گویی می‌کند. به عنوان مثال، زمانی که آرای نمایندگان در یک نظام شورایی به صورت شفاف منتشر شود، آن نمایندگان در مقابل افرادی که آن‌ها را انتخاب کرده‌اند، مسئولیت‌پذیرتر می‌شوند. به طور مشابه، این مسئله نیز، ضمن جلوگیری از وقوع فساد، کارآمدی را افزایش می‌دهد. علاوه بر موارد فوق، شفافیت پیامدهای دیگری نیز دارد:

- ۱- افزایش اعتماد و مشارکت اجتماعی شهروندان، از مهم‌ترین پیامدهای اجتماعی شفافیت است. دولت‌ها، بدون مشارکت فعالانه‌ی مردم، به تنهایی قادر به اداره امور جامعه نیستند. مشارکت نیز زمانی شکل می‌گیرد که مردم نسبت به حاکمیت اعتماد داشته باشند.
- ۲- رشد اقتصادی، یکی دیگر از پیامدهای مهم شفافیت محسوب می‌شود؛ چرا که شفافیت به بهبود تخصیص منابع کمک می‌کند و از طریق کنترل فساد، هزینه‌های غیرضروری را کاهش می‌دهد و در نهایت منجر به افزایش کارایی می‌گردد.
- ۳- افزایش عقلانیت و کارآمدی فرآیندهای تصمیم‌گیری در گرو شفاف‌سازی است. تمایل به ارتقای عقلانیت، کارشناسی و کارایی در فرآیند تصمیم‌گیری عمومی از نتایج شفافیت است. علنی‌بودن و به‌ویژه پاسخگویی در برابر انتقادات، شرکت‌کنندگان در بحث را تشویق می‌کند تا در باورها و استدلال‌های خود بیش‌تر دقت کنند.



علاوه بر پیامدهای فوق که ناظر بر شفافیت در معنای عام هستند و برای هر سیاست شفاف‌سازی قابل تصور هستند، به‌طور اخص، برخی پیامدهای مثبت را می‌توان برای شفافیت در بخش تعاون، به ویژه شفافیت شرکت‌های تعاونی برای اعضا و ذی‌نفعان، دولت و نهادهای نظارتی و عموم مردم، در نظر گرفت:

#### ۱- شفافیت شرکت تعاونی برای اعضا، هیئت‌مدیره و بازرسان: با افزایش شفافیت شرکت‌های تعاونی

برای اعضا، فساد کاهش می‌یابد، منابع به طور منصفانه و عقلانی تخصیص می‌یابد و از این‌رو، کارآمدی شرکت افزایش پیدا می‌کند. همچنین در شفافیت شرکتی، اعتماد بین اعضا افزایش می‌یابد، بازرسی‌ها دقیق‌تر می‌شوند. تصمیمات هیئت‌مدیره و مجمع در معرض دید و نظارت عموم و بازرسان قرار می‌گیرد. از دخالت منافع شخصی در تصمیم‌گیری‌های شرکتی اجتناب می‌شود، معاملات دقیق و شفاف انجام می‌شوند و امور شرکتی جمع‌سپاری می‌شود.

#### ۲- شفافیت شرکت تعاونی برای دولت: این نوع شفافیت، از طریق ایجاد بستر و ابزارهای لازم،

سیاست‌گذاری، قاعده‌گذاری، تنظیم‌گری و نظارت دولت را تسهیل می‌کند و حاکمیت را در اعمال وظایف حاکمیتی خود، یاری می‌رساند.

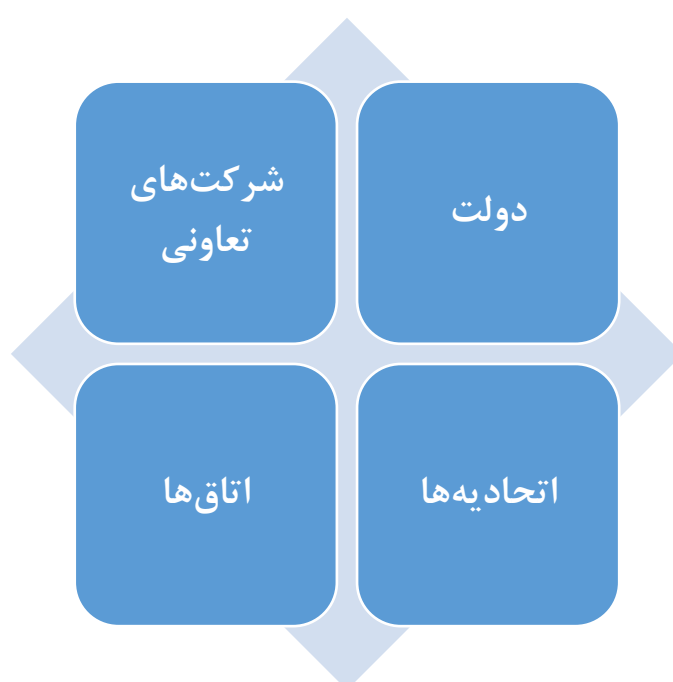
#### ۳- شفافیت شرکت تعاونی برای عموم: زمانی که برخی اطلاعات شرکت‌های تعاونی برای عموم مردم

شفاف شود، اعتماد مشتریان شرکت افزایش می‌یابد. همین مسئله می‌تواند، سودآوری شرکت را افزایش دهد. به‌عنوان مثال، زمانی که مشتریان بتوانند مراحل مختلف تولید، انبار و توزیع یک محصول را به صورت شفاف ببینند، اعتماد آن‌ها نسبت به شرکت افزایش می‌یابد. در ادبیات بازاریابی، اعتماد مشتریان، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های موفقیت محسوب می‌شود. علاوه بر کسب سود، شرکت‌های تعاونی، با شفافیت اطلاعات مرتبط با حقوق شهروندی، محیط‌زیست و غیره، به مسئولیت‌های اجتماعی خود عمل می‌کنند. شفافیت اطلاعات شرکت‌های تعاونی برای عموم، امکان به اشتراک‌گذاری ایده‌ها و طرح‌ها در یک حوزه خاص را نیز، فراهم می‌سازد.

با در نظر گرفتن مباحث فوق، پرسش اساسی این است که یک تعاونی مطلوب (ایده‌آل) به لحاظ شفافیت، چه ویژگی‌هایی دارد؟ بدیهی است که آشکارسازی هر اطلاعاتی برای هر کسی، مطلوب نیست، چراکه شفافیت مستلزم رعایت استانداردهایی است. به عبارت دیگر، سوال این است که برای این که یک تعاونی، شفاف باشد، چه اطلاعاتی را، چه زمانی، در کجا، چگونه، چه مقدار و در اختیار چه کسانی باید قرار دهد؟

اعتماد، اصل ضروری و شرط لازم برای پیاده‌سازی و پایداری سیاست‌های شفاف‌سازی است. اگر معاونت امور تعاون، اتاق‌ها، اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی را به عنوان چهار بازیگر عمده عرصه تعاون در نظر بگیریم، پیاده‌سازی یک سیاست شفافیت پایدار، در گرو اعتماد بازیگران عمده به یکدیگر است. لذا پیش‌نیاز

شفاف‌سازی شرکت‌های تعاونی، چه برای حاکمیت و چه برای عموم، افزایش اعتماد این شرکت‌ها به حاکمیت و تسهیل محیط کسب‌وکار در بخش تعاون است. شفافیت در بخش تعاون میسر نخواهد شد مگر این‌که سیاست‌های شفاف‌سازی در هر بخش عملیاتی شوند. شفافیت حاکمیت، علاوه بر افزایش اعتماد عموم مردم به حاکمیت، کاهش فساد و افزایش کارایی، سایر بخش‌های اقتصاد تعاون را نیز تشویق به شفاف‌سازی می‌کند.



شکل ۲- بازیگران اصلی شفافیت در بخش تعاون

از آنجایی که هدف پژوهش حاضر، تمرکز بر شفافیت شرکت‌های تعاونی است، از ورود به شفافیت حاکمیت و نهادهای صنفی نظیر اتاق‌ها و اتحادیه‌ها صرف‌نظر شده است. البته در پیشنهادهای سیاستی گزارش ۲-۴، به نقش این بازیگران در شفافیت بخش تعاون و شرکت‌های تعاونی، اشاره شده است.

### ۱-۳. اهداف پژوهش

- تدوین شاخص شفافیت برای شرکتهای تعاونی در ایران؛
- ارائه کاربست برای شاخص تدوین شده به منظور سنجش و رتبه‌دهی شفافیت شرکتهای تعاونی در ایران؛
- ارائه‌ی پیشنهاد‌های سیاستی جهت اصلاح قوانین و ساختارها در راستای شفافیت بخش تعاون؛
- ارائه‌ی پیشنهاد جهت ارتقای وضعیت سامانه جامع هوشمند بخش تعاون کشور با استفاده از نتایج پژوهش.

### ۱-۴. قلمرو پژوهش

محدوده‌ی مکانی این پژوهش، شرکتهای تعاونی زیر نظر معاونت امور تعاون، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی است.

### ۱-۵. روش‌شناسی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش حاضر، کیفی<sup>۱</sup> است. پژوهش کیفی عموماً به پژوهشی گفته می‌شود که یافته‌های آن از طریق تحلیل‌های آماری به‌دست نیامده باشد. در واقع، زبان پژوهش کیفی، نه زبان آمار و اعداد، بلکه زبان مفاهیم، بیان‌ها، روایت‌ها و مقوله‌ها است. جهت نیل به اهداف پژوهش، از سه روش گردآوری داده استفاده شده است:

- ۱- تحلیل اسنادی
- ۲- مصاحبه با خبرگان
- ۳- گروه کانونی<sup>۲</sup>

---

<sup>۱</sup>- Qualitative research  
<sup>۲</sup>- Focus group

## ۱-۵-۱. تحلیل اسنادی

در این پژوهش، از روش تحلیل اسنادی به دو منظور استفاده شده است: نخست بررسی اسناد و قوانین مرتبط با حوزه تعاون و شرکت‌های تعاونی و دوم بررسی تجربیات بین‌المللی و پیشینه پژوهش. برخی از این اسناد و قوانین به شرح جدول ۸- اسناد و قوانین مورد استناد در پژوهش است.

جدول ۸- اسناد و قوانین مورد استناد در پژوهش

ردیف	عنوان	تاریخ تصویب
۱	قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران	مصوب ۱۳۵۸
۲	قانون مدیریت خدمات کشوری	مصوب ۱۳۸۶
۳	قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی	مصوب ۱۳۸۷
۴	قانون ممنوعیت تصدی بیش از یک شغل	مصوب ۱۳۷۳
۵	قانون رسیدگی به تخلفات اداری	۱۳۷۲
۶	قانون بخش تعاون اقتصاد جمهوری اسلامی ایران	مصوب ۱۳۵۰، با اصلاحات ۱۳۷۰ و ۱۳۹۳
۷	قانون تجارت شرکت سهامی	مصوب ۱۳۴۷
۸	قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات	مصوب ۱۳۸۸
۹	قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی	مصوب ۱۳۸۶
۱۰	قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی	مصوب ۱۳۸۹
۱۱	آئین‌نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی	مصوب ۱۳۸۷

جهت بررسی پیشینه و تجربیات بین‌المللی در این پژوهش از روش مرور اسنادی استفاده گردید. به این منظور، چهار مرحله برای بررسی اسناد و منابع طی گردیده و در هر مرحله تعدادی منبع مورد بررسی گرفت. در مرحله اول، با جستجو در پایگاه‌های داده معتبر نظیر Sage, Science Direct و غیره و استفاده از کتابخانه‌های مجازی، منابع -عمدتاً به زبان انگلیسی- گردآوری گردید. در مرحله دوم، منابع گردآوری شده، از طریق بررسی کلید واژه‌ها و چکیده، به شکل اجمالی ارزیابی شدند. در مرحله سوم از بین منابع ارزیابی شده، برخی منابع جهت ارزیابی تفصیلی انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. در مرحله آخر، تعدادی از منابع که بیش‌ترین ارتباط را به موضوع مورد بررسی داشتند، در گزارش به صورت مکتوب ارائه گردیدند.

## ۲-۵-۱. مصاحبه با خبرگان

در این پژوهش، متخصصان از پنج حوزه به روش گلوله‌برفی، انتخاب گردیده‌اند: حوزه ستاد معاونت امور تعاون، ادارات کل استانی، اتاق‌های تعاون، اتحادیه‌ها و در نهایت شرکت‌های تعاونی. هدف از این مصاحبه‌ها، تعمیق دانش نسبت به حوزه شرکت‌های تعاونی و استخراج گویه‌هایی جهت شفاف‌سازی آن‌ها بوده است. مصاحبه با خبرگان از جهاتی با سایر مصاحبه‌های کیفی، متفاوت است. در این‌جا، فرض بر علم و دانش کافی مصاحبه‌شونده نسبت به موضوع مورد بحث است. به عبارت دیگر، در این نوع مصاحبه‌ها، به مصاحبه‌شونده نه به عنوان یک شخص، بلکه به عنوان یک فرد متخصص دارای دانش و تجربه نگاه می‌شود. خروجی این بررسی‌های میدانی نیز، جدولی حاوی گویه‌های پیشنهادی برای شفافیت شرکت‌های تعاونی است.

به منظور شناسایی خبرگان و متخصصان حوزه مورد نظر، از روش «گلوله‌برفی» استفاده شده است. مصاحبه‌های انجام‌شده با کسب اجازه از مصاحبه‌شونده ضبط و پیاده‌سازی گردیده‌اند و در نهایت با استفاده از روش تحلیل محتوا، گذگاری و تحلیل شده‌اند. لازم به ذکر است که سیاست محرمانگی پژوهش، مانع انتشار اسامی مصاحبه‌شونده‌ها و فایل صوتی مصاحبه‌ها، است.

## ۳-۵-۱. گروه کانونی

در حال حاضر، دو شیوه‌ی اساسی جمع‌آوری داده‌های کیفی در علوم اجتماعی، مشاهده‌ی شرکت‌کنندگان که معمولاً در میان گروه‌ها انجام می‌شود- و مصاحبه‌ی باز- که عموماً با افراد انجام می‌شود- هستند. گروه کانونی، به مثابه مصاحبه‌ی گروهی، نه تنها موقعیت بینابینی را در میان این دو روش کیفی اشغال می‌کند، بلکه دارای هویتی متمایز و منحصربه‌فرد است. مزیت اصلی گروه کانونی را امکان مشاهده‌ی تعامل زیاد بر روی یک موضوع واحد دانسته‌اند، که در یک بازه زمانی محدود بسته به توانایی پژوهش‌گر، داده‌های مختلفی از ابعاد گوناگون آن موضوع جمع‌آوری می‌شود. از دیگر مزیت‌های گروه کانونی، مزیت نسبی آن به مثابه یک تکنیک مصاحبه در توانایی برای مشاهده‌ی تعاملی درباره‌ی موضوع تحقیق است. مباحثه گروهی، شواهدی مستقیم درباره‌ی شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود در دیدگاه‌ها و تجربیات شرکت‌کنندگان ارائه می‌دهد و این مزیت در مقابل روشی که بر اساس آن دستیابی به چنین نتایجی با استفاده از تجزیه و تحلیل‌های جملات پراکنده از هر مصاحبه‌شونده در مصاحبه‌ی فردی به آن دست می‌یابیم، قرار می‌گیرد. به‌دست‌آوردن اطلاعات متمرکز بسیار زیاد در مورد موضوع از قبل تعیین‌شده یکی دیگر از مزیت‌های این روش است. یکی از ضعف‌های گروه کانونی، تمایل مدعوین به هم‌رنگ جماعت شدن است بدین صورت که برخی از شرکت‌کنندگان ممکن است در جمع چیزی بگویند که در خلوت به آن چیز پاسخی کاملاً متفاوت می‌دهند (مورگان، ۱۳۹۴: ۲۸-۳۹).



پس از بررسی پیشینه پژوهش و انجام مصاحبه‌های کیفی با خبرگان، در مرحله بعدی، از روش‌شناسی گروه کانونی به منظور تأیید داده‌های گردآوری‌شده و تکمیل یا تصحیح آن‌ها استفاده شد. در یک دسته‌بندی کلی، گروه کانونی به سه روش مورد استفاده قرار می‌گیرد: در حالت اول، گروه کانونی منبع اصلی داده‌ها محسوب می‌شود در این حالت، گروه کانونی به صورت مستقل مورد استفاده قرار می‌گیرد، به طوری که تمام داده‌های پژوهش، از این روش به دست می‌آید. در حالت دوم، از گروه کانونی به مثابه منبع تکمیلی داده‌ها در مطالعاتی استفاده می‌شود که بر دیگر روش‌های ابتدایی مانند پیمایش متکی هستند. روش سوم، مطالعات چندروشی هستند که در آن‌ها، دو یا چند روش جمع‌آوری داده به کار گرفته می‌شود و هیچ‌یک از روش‌ها به منزله‌ی روشی پایه، استفاده از دیگر روش‌ها را الزامی نمی‌کند (مورگان، ۱۳۹۴: ۱۷). در این پژوهش از گروه کانونی به مثابه یک منبع تکمیلی جهت گردآوری و تأیید داده‌ها، استفاده شده است. داده‌هایی که از مصاحبه‌های انفرادی و تحلیل پیشینه به دست آمده‌اند به کمک روش گروه کانونی، تأیید و در مواردی تکمیل می‌شوند.

#### ۱-۶. روش تجزیه و تحلیل داده

در این پژوهش از روش «تحلیل محتوا» برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. تحلیل محتوا یکی از شیوه‌های متداول تحلیل متون و مصاحبه‌ها است. در این پژوهش با استفاده از این روش، داده‌های به دست آمده به شکل نظام‌مند گدگذاری شده و مضامین و محورها و گویه‌های شاخص شفافیت شرکت‌های تعاونی طراحی گردید.

### ۲-۱. شفافیت چیست؟

شفافیت مفهوم وسیعی است که در بخش‌های زیادی طرح می‌گردد، نظیر شفافیت سازمانی، شفافیت مالی و حسابداری، شفافیت اقدامات و مسئولیت‌های دولت، شفافیت اسنادی و غیره. برخی معتقدند واژه Transparency مرکب از Trans به معنای «حرکت» و «جنبش» و واژه‌ی Parent به معنای «قابل مشاهده» است (Oliver, 2004). شفافیت در عرصه‌های مختلف، تعاریف متفاوتی دارد که در این بخش، به برخی از آن‌ها اشاره شده است. از منظر حقوقی، شفافیت عموماً با آزادی اطلاعات (حق دسترسی آزاد به اطلاعات) قرابت دارد. به گونه‌ای که به زعم برخی، شفافیت معادل آزادی اطلاعات است (Schauer, 2011). طبق این تعریف، شفافیت عبارت است از حق هر یک از شهروندان در دسترسی به داده‌ها، آگاهی از معلومات و فرایندهای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری مرتبط با شناخت مکانیسم‌های اتخاذ تصمیم توسط مسئولان حکومتی. از منظر اقتصادی و مالی، علی‌رغم این‌که شفافیت به‌طور وسیعی در حسابداری مورد استفاده قرار گرفته‌است، ولی اتفاق نظری در مورد آن وجود ندارد. پونال و شپیپر<sup>۱</sup> (۱۹۹۹)، شفافیت را به عنوان استانداردهایی که رویدادها، معاملات، قضاوت‌ها و برآوردهای زیربنایی صورت‌های مالی را آشکار می‌سازد، تعریف می‌کنند. لویت<sup>۲</sup> (۱۹۹۸)، شفافیت را استانداردهای مطلوب حسابداری تعریف می‌کند که صورت‌های مالی تهیه‌شده بر اساس آن، رویدادهای مالی را گزارش می‌کند. از منظر سیاسی، شفافیت فرایندی برای آشکارسازی اطلاعاتی از قبیل کمک‌های مالی احزاب، تأمین‌کنندگان هزینه‌های انتخاباتی، فرایندهای انتخاب یا انتصاب، شفافیت مواضع سیاسی، شفافیت وعده‌های انتخاباتی، حضور و غیاب نمایندگان، سفرهای خارجی، شفافیت آرای نمایندگان و غیره است.

در این پژوهش، به منظور اجتناب از ابهام مفهومی، شفافیت با شش اصل تعریف شده است که آن را از سایر مفاهیم مرتبط نظیر داده‌ی باز<sup>۳</sup>، آشکارسازی<sup>۴</sup>، سوت‌زنی تخلف<sup>۵</sup>، افشاگری و غیره است. شفافیت عبارت است از ارائه‌ی اطلاعاتی که باید (اطلاعات مناسب)، به مقداری که باید (حجم مناسب)، در زمانی که باید

1- Pownall & Schipper

2- Levitt

3- Open Data

4- Disclosure

5- Whistleblowing

(زمان مناسب)، در جایی که باید (در محل مناسب) برای کاربری که باید (کاربر مناسب) و به شیوه‌ای که باید (استاندارد مناسب). در ادامه اصول شش‌گانه تشریح شده است. بنابراین، هر نوع انتشار اطلاعات، با هر شرایطی را نمی‌توان شفافیت دانست؛ چراکه هر نوع نظام شفاف‌سازی مستلزم رعایت شش اصل اساسی است که در ادامه شرح داده شده‌اند.

### ۱-۱-۲. اصل اول: انتشار اطلاعات مناسب

از منظر این اصل، مرزهای انتشار اطلاعات حائز اهمیت است. یک فرد، سازمان، شرکت، حزب و غیره چه اطلاعاتی را باید و چه اطلاعاتی را نباید شفاف کند؟ به عبارت بهتر، چه نوع اطلاعاتی حائز ارزش شفاف‌سازی هستند و چه اطلاعاتی نباید شفاف شوند؟ با توجه به این سوالات، به نظر می‌رسد تصمیم‌گیری برای انتشار یک دسته اطلاعات از بین انبوه اطلاعات، مستلزم دقت ویژه‌ای است. اگرچه اغلب چنین فرض می‌شود که اگر تمام اطلاعات یک سازمان منتشر شود، این سازمان از نظام شفاف‌سازی بهتری برخوردار بوده و پیامدهای مثبت بیشتری در انتظار آن است، اما در عمل ثابت شده است که انتشار هر اطلاعاتی، حائز پیامدهای مثبت نیست و حتی انتشار برخی اطلاعات ممکن است به امنیت یک سازمان، اعتبار و آبروی یک فرد یا منافع اقتصادی یک شرکت، زیان وارد کند. سازمانی را فرض کنید که با انبوهی از مشکلات دست‌وپنجه نرم می‌کند و چاره‌ی کار را در شفافیت می‌داند. این سازمان تحت عنوان شفافیت، اطلاعات مربوط به میز و صندلی‌های سازمان را، در حالی که هیچ مسئله چالش‌برانگیزی در این باره وجود ندارد، منتشر می‌کند. آیا در این مثال، نوع اطلاعاتی که باید منتشر شوند، به درستی انتخاب شده‌اند؟ اگرچه تعیین اطلاعاتی که باید منتشر شوند، وابسته به زمینه و شرایط ویژه است، اما در انتشار یک دسته اطلاعات، توجه به برخی نکات می‌تواند راهگشا باشد:

- ۱- کاربران اطلاعات چه کسانی هستند و مطالبه یا انتظار انتشار چه اطلاعاتی را دارند؟ آیا این اطلاعات برای کاربران جذاب و در ادراک آن‌ها اثرگذار است؟
- ۲- در مقایسه با سایر اطلاعاتی که می‌توان منتشر کرد، این اطلاعات تا چه اندازه مهم هستند؟ آیا اطلاعاتی وجود دارند که در اولویت بالاتری قرار دارند؟
- ۳- آیا انتشار این اطلاعات، نیازمند انتشار اطلاعات دیگری به عنوان پیش‌زمینه است؟



- ۴- برندگان و بازندگان انتشار این اطلاعات چه کسانی هستند؟ انتشار این اطلاعات ممکن است به چه کسانی و چگونه زیان وارد کند و آیا راهکاری برای کاهش تبعات منفی وجود دارد؟
- ۵- آیا بسترهای تکنیکی لازم برای انتشار این اطلاعات وجود دارد؟
- ۶- آیا داده‌های خام اولیه برای انتشار این اطلاعات، قابل اعتماد و دقیق هستند؟
- ۷- انتشار این اطلاعات، تاچه حد، می‌تواند پیامدهای مثبت یک سیاست شفاف‌سازی از جمله افزایش اعتماد، مشارکت، کارایی و کاهش فساد را به دنبال داشته باشد؟

به عنوان مثال، آیا در مثال فرضی فوق، بهتر نبود که سازمان مذکور به جای انتشار اطلاعات مربوط به میز و صندلی‌های سازمان، اقدام به شفاف‌سازی اطلاعات قراردادهای سازمان یا حقوق و مزایای مدیران، می‌کرد؟ آیا بین کارکنان آن سازمان، مطالبه‌ای برای انتشار آمار و ارقام مربوط به میز و صندلی‌های سازمان وجود دارد؟ کدام دسته اطلاعات دارای پیامدهای سازمانی و اجتماعی مهم‌تری است؟ کدام دسته اطلاعات دارای قدرت اثرگذاری بیش‌تری است. لذا، در مجموع باید گفت، انتخاب اطلاعات مناسب برای انتشار، یک تصمیم مهم و پیش‌نیاز هرگونه سیاست شفاف‌سازی است. اگرچه برخی اطلاعات عمومی نظیر آمار کارکنان، قراردادهای، اموال و دارایی، انتخابات و انتصابات، نمودار سازمانی، ارزش‌ها، قوانین و غیره در بین همه سازمان‌ها چه دولتی و چه غیردولتی، مشترک است، اما تصمیم‌گیری درباره‌ی اطلاعاتی که باید منتشر شوند، یک تصمیم وابسته به زمینه<sup>۱</sup> است و بستگی به چالش‌ها، موانع و ظرفیت‌های موجود دارد. به‌طور خلاصه، پیش از شفاف‌سازی در یک جامعه، سازمان، شرکت، حزب، گروه و غیره، می‌بایست مرزهای شفافیت تعیین شود. منظور از مرزهای شفافیت، مرز بین اطلاعاتی است که امکان شفاف‌شدن دارند و اطلاعاتی که نباید شفاف شوند. برخی اطلاعات، به‌هیچ وجه نباید به طور عمومی شفاف شوند: اطلاعاتی از قبیل اسرار نظامی، اسرار مربوط به امنیت ملی، اطلاعات شخصی شهروندان، اطلاعات مربوط به بیماران، آن دسته از اطلاعات تجاری شرکت‌ها که در بازار رقابتی به آن‌ها لطمه می‌زنند، از جمله‌ی اطلاعاتی هستند که به هیچ وجه نباید به طور عمومی شفاف شوند.

---

## ۲-۱-۲. اصل دوم: انتشار اطلاعات با حجم مناسب

در یک سازمان دولتی، ممکن است در طول سالیان مختلف صدها دسته اطلاعات انباشته شود که با توجه به اصل اول، این اطلاعات به‌طور نسبی، حائز ارزش شفافیت هستند. از اطلاعات مربوط به قراردادهای آن سازمان گرفته تا اطلاعات مربوط به حقوق و مزایای مدیران شرکت، در زمره‌ی این اطلاعات قرار دارند. در اصل دوم،

---

<sup>1</sup> Contextual

به این مسئله توجه می‌شود که از این بین حجم انبوه اطلاعات موجود، چه میزان از آن باید منتشر شود. آیا برای نیل به هدف سازمان در زمینه‌ی شفافیت، اطلاعات قراردادهای چهار دهه‌ی پیش، می‌تواند حائز اهمیت باشد یا خیر؟ البته به‌طور دقیق نمی‌توان میزان مطلوبی برای انتشار اطلاعات ارائه کرد و تعیین میزان اطلاعاتی که باید منتشر شوند، بستگی زیادی به شرایط و زمینه‌ی خاص دارد، اما نکته‌ی مهم این است که این اطلاعات نباید زیاد و نباید کم‌تر از حد مطلوب باشند. انتشار بیش‌ازحد اطلاعات، موجبات سردرگمی مخاطبان آن را فراهم می‌سازد و اطلاعات ناکافی نیز فاقد ارزش شفافیت است. هم انتشار اطلاعات ناکافی و هم انتشار بیش از حد اطلاعات، از ارزش شفافیت می‌کاهند. از نظر فانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) حجم اطلاعاتی که منتشر می‌شود ممکن است در پایداری سیاست‌های شفافیت، اثرگذار باشد؛ چراکه با افزایش میزان، دامنه و سطح جزئیات اطلاعاتی که باید منتشر شوند، زبان منتشرکنندگان اطلاعات، بیش‌تر می‌شود و همین مسئله ممکن است در درازمدت منتشرکنندگان اطلاعات را از انتشار اطلاعات، منصرف کند. به عنوان مثال اگر از شرکت‌های خودروسازی بخواهیم اطلاعاتی بیش از حد نیاز درباره‌ی وضعیت آلاینده‌ی خودروهای خود منتشر کنند به‌گونه‌ای که برخی از این اطلاعات به لحاظ تجاری و رقابتی برای این شرکت‌ها، زیان مادی به دنبال داشته باشد، در بلندمدت تمایل این شرکت‌ها برای انتشار اطلاعات کاهش خواهد یافت و همین مسئله پایداری سیاست‌های شفافیت را تهدید می‌کند. به‌طور کلی، سود منتشرکنندگان اطلاعات، با افزایش میزان<sup>۲</sup> اطلاعات منتشرشده، کاهش می‌یابد. کاربران نیز همانند منتشرکنندگان اطلاعات، سود و زیان‌های خود، از اطلاعات ارائه شده را، متعادل می‌کنند. اگر سود ناشی از اطلاعات منتشرشده در طول زمان افزایش یابد (به عنوان مثال، مشتریان نسبت به مخاطرات آگاهی بیش‌تری کسب کنند) یا زیان‌های ناشی از کسب اطلاعات، کاهش یابد (مثلاً به واسطه‌ی سهولت دسترسی به اطلاعات از طریق اینترنت)، احتمال بهبود سیاست شفاف‌سازی در طول زمان، افزایش می‌یابد.

---

1- Fung and et.al

2- amount

---

### ۳-۱-۲. اصل سوم: انتشار اطلاعات در زمان مناسب

با فرض تعیین اطلاعات مناسب، دومین پرسش این است که چه زمانی برای انتشار اطلاعات مطلوب است. در این جا باید درباره‌ی زمان شروع انتشار داده، زمان‌بندی انتشار اطلاعات بعدی و بازه‌های انتشار اطلاعات، تصمیم‌گیری شود. همچنین باید در زمان وقوع رخداد‌های خاص (هم‌چون انتصاب یک مدیر)، تصمیم‌گیری شود که اطلاعات مربوط به مشاغل پیشین او، باید قبل، حین یا بعد از انتصاب منتشر شوند این مسئله از این لحاظ حائز اهمیت است که تأخیر یا تعجیل در انتشار اطلاعات، از اثرگذاری مطلوب اطلاعات می‌کاهد. به‌عنوان مثال، چنان‌چه اطلاعات مربوط به مشاغل پیشین یک مقام دولتی، بعد از انتصاب او به سمت جدید و گذشت یک‌سال منتشر شود، فاقد اثرگذاری لازم خواهد بود، چرا که اگر انتشار به‌موقع این اطلاعات، می‌توانست مانع سوءاستفاده احتمالی آن فرد از مقام خود شود، تأخیر در انتشار این اطلاعات، اثرگذاری مورد نظر را منتفی می‌کند. بنابراین، تصمیم‌گیری درباره‌ی زمان انتشار اطلاعات، نیازمند بررسی تخصصی و زمینه‌محور است، اما به‌طور کلی در مواردی که شفافیت با هدف پیش‌گیری از وقوع فساد صورت می‌گیرد، انتشار این اطلاعات پیش از وقوع فساد، ضروری است.

---

### ۴-۱-۲. اصل چهارم: انتشار اطلاعات در محل مناسب

در یک سازمان دولتی، شفافیت برای عموم، به عنوان یک راهکار مهم برای پیش‌گیری از فساد و افزایش کارایی و مسئولیت‌پذیری، به رسمیت شناخته شده است. مدیران سازمان برای انتشار اطلاعات، تصمیم می‌گیرند تا اطلاعات را در بولتن‌های درون‌سازمانی منتشر کنند در حالی که دسترسی به این بولتن‌ها بسیار محدود است. آیا بولتن‌های درون‌سازمانی محل مناسبی برای انتشار اطلاعات است؟ بدیهی است که در این مثال فرضی و اغراق‌آمیز، محل مناسبی برای انتشار اطلاعات، تعیین نشده است. در اصل چهارم، به این مسئله پرداخته می‌شود که اطلاعاتی که دارای ارزش شفاف‌سازی هستند، در کجا باید منتشر شوند؟ انتشار اطلاعات در روزنامه‌های کثیرالانتشار، سامانه‌های شفافیت یا وب‌سایت سازمان مربوطه راهکارهای مختلفی هستند که می‌توانند به این منظور مورد بررسی قرار گیرند.

---

### ۵-۱-۲. اصل پنجم: انتشار اطلاعات برای مخاطبان مناسب

در این اصل به این مسئله توجه می‌شود که در نهایت، کاربر یا مخاطب اطلاعات منتشرشده چه کسی است؟ تعیین جامعه‌ی هدف، اصل بسیار مهمی در شفاف‌سازی است. بدیهی است که مدیران یک سازمان، کاربران مناسب برای سیاست شفاف‌سازی حقوق و مزایای مدیران سازمان نیستند. انتخاب کاربران یا مخاطبین اطلاعات، دلالت‌های مهمی برای سایر اصول دارد. در صورت انتخاب مخاطبین نادرست، سیاست شفافیت فاقد قدرت اثرگذاری مطلوب خواهد بود. مخاطبان یک نظام شفاف‌سازی ممکن است مدیران و کارکنان یک

سازمان، دولت و عموم مردم باشند. انتشار اطلاعات برای عموم مردم، بالاترین سطح دسترسی به اطلاعات است. در یک شرکت، ممکن است تصمیم بر این باشد که یک دسته اطلاعات نه برای تمام سهام‌داران بلکه صرفاً هیئت‌مدیره و بازرسان شرکت، منتشر شوند. تصمیم‌گیری درباره‌ی سطوح دسترسی به اطلاعات، یک تصمیم‌گیری حیاتی و مهم است. اصل بر انتشار اطلاعات برای همگان است مگر این‌که، محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های، مانع از انجام این کار شود و سطوح دسترسی به اقتضای شرایط، محدودتر گردد.

## ۲-۱-۶. اصل ششم: انتشار اطلاعات با استاندارد مناسب

در این اصل، به استانداردهای فنی و تکنیکی انتشار اطلاعات توجه می‌شود. رشته اطلاعاتی که از امکان جستجو، مقایسه، ترسیم گراف و نمودار و ویژگی‌هایی از این دست برخوردار باشد، در مقایسه با اطلاعاتی که به صورت مکتوب و پرینت‌شده در اختیار کاربران قرار می‌گیرند، از مزیت برخوردار هستند. تیم برنرزی<sup>۱</sup> (۲۰۱۰)، استاندارد پنج‌سطحی برای کیفیت داده‌های باز معروف به «داده‌های پنج ستاره»<sup>۲</sup> تعریف کرده است.<sup>۳</sup> این سطوح عبارتند از:

۱. سطح اول: در سطح اول نوع و فرمت داده اهمیت نداشته و مهم این است که داده‌ها با مجوز<sup>۴</sup> در دسترس همه قرار بگیرند.
۲. سطح دوم: در سطح دوم، داده‌هایی قرار می‌گیرند که دارای ساختارهای صفحه‌گسترده و جدولی مثل اکسل (XLS) باشند.
۳. سطح سوم: مشابه سطح دوم است، یعنی داده‌های مرتب‌شده با ساختار جدول، اما تفاوت اصلی در فرمت داده‌هاست. به‌عنوان مثال، داده‌های با فرمت XLS را فقط با مایکروسافت اکسل می‌توان مشاهده و ویرایش کرد. فرمت‌هایی مثل CSV عمومی بوده و همه می‌توانند از آن استفاده کنند. پس

1- Tim Berners-Lee

2- 5 Star Data

3- <https://5stardata.info/en/>

4- License

اگر داده‌های اکسل (XLS) به CSV تبدیل شود، به‌گونه‌ای که ماشین‌خوان باشند، این داده‌ها در سطح سوم قرار می‌گیرد.

۴. سطح چهارم: داده‌ها نه در فایل‌ها، بلکه در صفحات وب منتشر می‌شوند و هر کدام آدرس اختصاصی خود را دارند. یعنی برای مشاهده داده‌ها نیازی به فایل و نرم‌افزار نیست. چرا که داده‌ها از طریق کدهای HTML و XML نوشته می‌شوند. در این حالت می‌توان داده‌ها را به یکدیگر لینک کرد.

۵. سطح پنجم: همه‌ی داده‌ها باز بوده و به یکدیگر لینک و مرتبط هستند. در این جا شبکه‌ای از داده‌ها را داریم که به یکدیگر وصل هستند.



شکل ۳- سطوح انتشار داده برنزلی<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> - منبع: برنزلی (۲۰۱۰) به نقل از سایت اندیشکده شفافیت برای ایران<sup>۱</sup>

## ۲-۲. دسته‌بندی شفافیت بر اساس منتشرکنندگان و کاربران

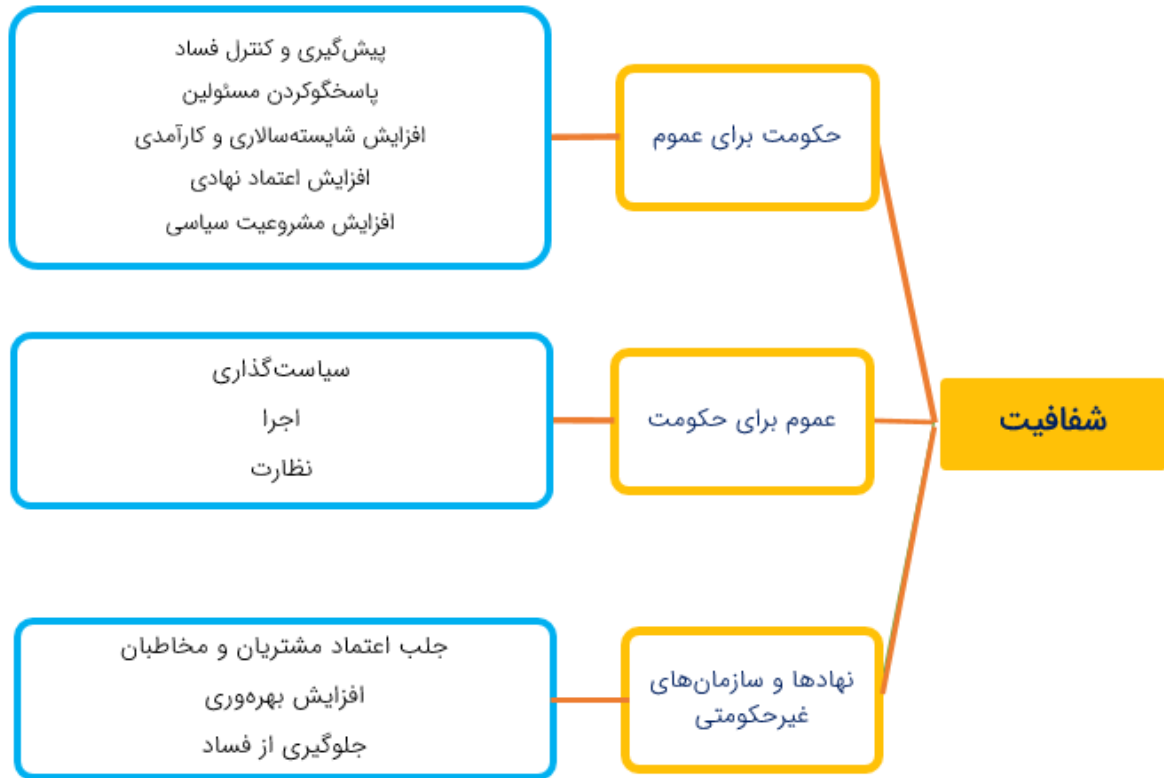
در یک دسته‌بندی کلی، از منظر منتشرکنندگان اطلاعات، شفافیت را می‌توان به سه دسته تقسیم‌بندی کرد:

۱. شفافیت حکومت برای عموم: منظور از شفافیت حاکمیت برای عموم، این است که ساختارها، فرایندها، تصمیمات، انتصابات، قراردادهای، حقوق و مزایا و سایر اطلاعات حاکمیتی، به طور شفاف در اختیار عموم مردم قرار بگیرد. پیامد شفاف‌سازی حاکمیت برای عموم، ممانعت از وقوع فساد، افزایش پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری مقامات دولتی و افزایش اعتماد عمومی به حاکمیت است.

۲. شفافیت عموم برای حاکمیت: در این نوع شفافیت، حاکمیت کاربر اطلاعاتی است که از سوی مردم اظهار می‌شود. اگرچه بخش اندکی از ادبیات حوزه شفافیت به این نوع شفافیت اختصاص یافته، اما هدف از شفافیت عموم برای حاکمیت، کمک به حاکمیت در انجام وظایف حاکمیتی خود اعم از سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، قاعده‌گذاری، اجراء و نظارت است.

۳. شفافیت نهادهای غیرحاکمیتی برای اعضاء، حاکمیت و مردم: در این نوع شفافیت، نهادهای غیرحاکمیتی از قبیل شرکت‌های خصوصی، تعاونی، خیریه‌ها، سمن‌ها، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها، اصناف و سایر گروه‌هایی که به هر طریقی با حوزه‌ی عمومی در ارتباط هستند، اطلاعاتی را درباره‌ی عملکرد خود منتشر می‌کنند. کاربر این اطلاعات ممکن است عموم مردم، حاکمیت و یا اعضای نهادهای غیرحاکمیتی باشند.

با در نظر گرفتن دسته‌بندی فوق، نمودار زیر قابل ترسیم است:



شکل ۴- ابعاد شفافیت بر اساس منتشرکننده و کاربر اطلاعات

## ۲-۲-۱. شفافیت حکومت برای عموم

امروزه یکی از دغدغه‌های مهم دولت‌ها در عرصه حکمرانی و خط‌مشی‌گذاری، کارآمدی و دستیابی به اهداف و مبارزه با مفاسد گوناگون از جمله اسراف و تبذیر است. بدین منظور دولت‌ها در تلاش هستند با بهره‌گیری از رویکردها، روش‌ها و ابزارهای جدیدتر، کم‌هزینه‌تر و کارآمدتر، این اهداف را محقق کنند. یکی از مدرن‌ترین رویکردها و ابزارهایی که دولت‌ها برای حکمرانی بهتر به کار می‌برند، «شفافیت» است. معنای شفافیت در طول سال‌ها (بویژه در دهه گذشته) تغییر جدی یافته است. این تغییرات عمدتاً ناشی از تحولات مهم در عرصه‌های فناوری و اجتماعی بوده است. ناگفته پیداست که با استمرار این تحولات، معنای شفافیت نیز تکامل می‌یابد. برای نمونه در گذشته «دسترسی به اطلاعات» مترادف شفافیت بود، اما امروزه تنها «استفاده‌پذیری اطلاعات» (با تعاریف و ظرایف حقوقی و فنی فراوان) مصداق آن است. هرگونه باز بودن حکومت در ارائه یا کسب اطلاعات، مصداقی از شفافیت (حق اطلاعاتی) است. چنین تعریفی، معنایی بسیار گسترده را ایجاد و شفافیت را به یک «کلان پارادایم» مبدل می‌سازد. شفافیت علی‌رغم سادگی ظاهری، پیچیدگی‌های حقوقی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فنی زیادی دارد. همین مسئله سبب شده است در طول دهه‌های اخیر، از آن غفلت و به‌گزاره‌هایی کلی بسنده نماییم. در یک تعریف کلی، شفافیت را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: «شفافیت یعنی اطلاعاتی که باید، در زمانی که باید، در قالبی که باید، با کیفیتی که باید، در محلی که باید و به مخاطبی که باید ارائه شوند». لذا شفافیت الزاماً به معنای ارائه همه اطلاعات به همه افراد نیست، بلکه زمانی شفافیت محقق می‌شود که همه این شروط حاصل شده باشند.

هرگونه اصلاح و بهبود در کشور، بدون فهم شفافیت، همانند قدم زدن در خانه‌ی تاریک و البته بی‌نظم و آشفته‌ای است که بدون نور، هر قدمی -حتی با نیت اصلاح- می‌تواند بسیار خطرناک باشد. لذا شفافیت مانند نوری است که مسائل را روشن می‌کند، ابهامات را از بین می‌برد و پس از آن تازه می‌توان نسبت به مسائل فکر و برای آن‌ها تدبیر کرد. رویکرد شفافیت معتقد است که با آشکارسازی رفتارها و عملکردها، می‌توان کیفیت و کارآمدی تصمیمات و اقدامات را بالا برد، از بروز جرم و فساد کاست، احتمال کشف جرم را افزایش داد و علاوه بر آن، نظارت و مشارکت مردمی را نیز در همه عرصه‌ها فعال کرد. با ایجاد شفافیت می‌توان عدالت را مستقر



و از ایجاد تبعیض‌های ناروا و عدم شایسته‌سالاری جلوگیری کرد. لذا می‌توان شفافیت را حلقه گم‌شده‌ی حکمرانی در کشور تلقی کرد.

تجربیات داخلی و بین‌المللی نشان می‌دهد که نظارت متمرکز سازمانی علاوه بر این که هزینه زیادی را بر حکومت تحمیل می‌نماید، ناکارآمد است و از اثربخشی لازم برخوردار نیست. نظارت عمومی و مردمی می‌تواند نقش مکمل را ایفاء کند. نظارت عمومی نیز بدون وجود اطلاعات غیرممکن است. لذا شفافیت رویکردی است که امکان نظارت عموم مردم را فراهم می‌کند. به عبارت دیگر، شفافیت یک بستر نظارتی فراهم می‌کند که «احساس دیده‌شدن توسط مردم» را به وجود می‌آورد. این حس، فوایدی نظیر خودکنترلی، مشارکت مردم در عرصه حکمرانی، افزایش کارآمدی و کاهش فساد را به دنبال دارد. برخی از حوزه‌هایی که شفافیت در آن‌ها ضروری است به شرح زیر است:

#### ۱- شفافیت در قراردادهای دولتی یکی از اصلی‌ترین گلوگاه‌های فساد در نظام اداری به‌شمار

می‌روند. با شفاف‌شدن قراردادها، امکان نظارت همگانی (عموم و نخبگان) فراهم می‌شود، هزینه‌ها کاهش و کارآمدی افزایش می‌یابد، آگاهی دستگاه‌ها و نهادهای مختلف از پروژه‌های دیگر سازمان‌ها افزایش می‌یابد، امکان مشارکت مردم در فرایندهای خط‌مشی‌گذاری فراهم می‌شود، از تصویب پروژه‌های تکراری جلوگیری می‌شود و امکان تقلب یا دست‌کاری در فرایندهای تعیین مجری، پیمانکار، مزایده یا مناقصه کاهش می‌یابد؛ و این تنها بخشی از فواید شفافیت قراردادهای دولتی است. از سال ۱۳۹۶ به این سو، در طول یک فرایند گام‌به‌گام و به همت «کمیته شفافیت و شهر هوشمند» شورای شهر تهران، در سامانه شفافیت شهرداری تهران<sup>۱</sup>، قراردادهای شهرداری تهران، شفاف گردید. در سامانه شفافیت شهرداری تهران در بخش شفافیت قراردادهای، برای هر قرارداد، موضوعات زیر شفاف شده‌اند: موضوع قرارداد، نام پیمانکار، نام کارفرما، مبلغ نهایی قرارداد، تاریخ انعقاد قرارداد، نام مدیرعامل، روش انتخاب پیمانکار، شناسه ملی پیمانکار، کد اقتصادی پیمانکار، علت ترک تشریفات، مالیات بر ارزش افزوده، تاریخ شروع و پایان، معاون یا ناظر قرارداد، اعضای کمیسیون، امضاءکننده قرارداد از طرف کارفرما و فایل‌های مربوط به قرارداد. این سامانه به دلیل برخورداری از اطلاعات مناسب و امکانات پیشرفته برای جستجو، یک سامانه الگو در زمینه شفافیت محسوب می‌شود.

۲- شفافیت دریافت هدیه: بدون شک رشوه یکی از مذموم‌ترین و مخرب‌ترین آسیب‌هایی است که می‌تواند تعاملات سالم انسانی (چه درون دولت و چه فراتر از آن) را تخریب نماید. به همین دلیل،

---

<sup>۱</sup> - <http://shafaf.tehran.ir/>

دولت‌های مختلف اقدامات گوناگونی را برای مقابله با این مفسده انجام می‌دهند. در رویکرد سنتی مبارزه با رشوه و پذیرش هدیه، تلاش می‌شود با افزایش ریسک کشف جرم، تمایل فرد از دریافت رشوه را کاهش دهد. ایجاد بخش‌های نظارتی درون سازمان و یا ایجاد سازمان‌های اختصاصی برای نظارت، دو رویکرد عمده درون و برون سازمانی برای کشف فساد هستند.

۳- **شفافیت جلسات شورایی و کمیسیون‌ها:** امروزه در کشور، شوراها و کمیسیون‌های زیادی وجود دارند که در آن‌ها، تصمیمات مختلفی ناظر به زندگی مردم گرفته می‌شود. بر اساس قانون «انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات»<sup>۱</sup> مردم حق دارند که از مفاد اصلی این جلسات آگاهی داشته باشند. از جمله این کمیسیون‌ها در ایران می‌توان صحن و کمیسیون‌های مجلس شورای اسلامی، صحن و کمیسیون‌های مجمع تشخیص مصلحت نظام، جلسات مجلس خبرگان رهبری، صحن و کمیسیون‌های هیئت دولت، کلیه شوراهای عالی و شوراهای شهر و روستا را نام برد. پارلمان اتحادیه اروپا از نظر ارائه متن مذاکرات صحن و کمیسیون‌های پارلمان، از شفافیت بسیار زیادی برخوردار است. برای نمونه در صفحه «نشست‌ها» زیرمجموعه صفحه تلویزیون، می‌توان به فیلم جلسات در حال برگزاری دست یافت. ترجمه صوتی این فیلم‌ها نیز در قالب حدود ۲۰ زبان (تنوع و تعداد زبان‌ها، به نسبت به هر جلسه، متغیر است) در پورتال مذکور در دسترس است.

۴- **شفافیت در اموال و دارایی‌های مسئولین:** بسیاری از کشورهای پیشگام در زمینه مبارزه با فساد، نظام‌هایی برای شفافیت اموال و دارایی‌های مسئولین، ایجاد کرده‌اند. اصل ۱۴۲ قانون اساسی مقرر می‌دارد که «دارایی رهبر، رئیس‌جمهور، معاونان رئیس‌جمهور، وزیران و همسر و فرزندان آنان قبل و بعد از خدمت، توسط رئیس قوه قضائیه رسیدگی می‌شود که بر خلاف حق، افزایش نیافته باشد». در طول سال‌های بعد از انقلاب، قوه قضائیه به شیوه کاغذی، محدود و متمرکز، مسئولیت اجرای این اصل را برعهده داشته‌است. با این حال، عمل به این اصل قانونی، از دو حیث با دشواری روبه‌رو بوده است: اول از حیث چگونگی نظارت، چرا که رویکرد سنتی و رایج در کشور، یعنی نظارت متمرکز،

---

۱- مصوب ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی

هرگز کارآمدی کافی برای نظارت بر اموال و دارایی‌های مسئولین نسبت به عدم‌افزایش من‌غیر حق آن را نداشته است، و دوم این‌که، هر بار مجلس شورای اسلامی خواسته دامنه مشمولین اصل ۱۴۲ قانون اساسی را گسترده‌تر سازد، با ایراد شورای نگهبان روبه‌رو شده است. اعلام عمومی دارایی‌های مسئولین باعث می‌شود که فساد در سطح مسئولین کاهش یابد و همچنین پاسخ‌گویی مسئولین بیش‌تر شود. علاوه بر این، نظارت مردم بر دارایی‌های مسئولین، هم باعث کارآیی دولت و هم موجب افزایش اعتماد مردم به حکومت و مسئولین و ایجاد همدلی بین مردم و مسئولین می‌شود. همچنین می‌توان علاوه بر دارایی، اطلاعات مرتبط با حقوق، مزایای کاری، هزینه سفرهای خارجی و غیره را نیز شفاف کرد. این عمل نیز خود بستری برای کاهش فساد در بین مسئولین است.

**۵- شفافیت وعده‌ها و مواضع مسئولین:** حرف‌های مسئولین مشابه حرف‌های مردم عادی نیست، بلکه موضعی رسمی محسوب شده و نشان‌دهنده‌ی بخش مهمی از تعهدات حکومت نسبت به مردم است. در ایران، مواضع نامزدهای انتخاباتی (نظیر انتخابات مجلس، ریاست‌جمهوری، شوراهای شهر و روستا) در جایی ثبت و رصد نمی‌شوند و مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرد، در حالی‌که مردم، مبتنی بر مواضع و تعهدات اعلام‌شده، به سیاست‌مداران اعتماد می‌کنند و به آن‌ها رأی می‌دهند. در حین تصدی مسئولیت نیز بسیاری از مردم، صاحبان صنایع و کسب‌وکارها، مبتنی بر وعده‌ها و مواضع مسئولین، برنامه‌ریزی‌های خود را انجام می‌دهند (عبدالحسین‌زاده و ثنائی، ۱۳۹۴).

## ۲-۲-۲. شفافیت عموم برای حکومت

در این نوع شفافیت، حکومت کاربر اطلاعاتی است که از سوی مردم اظهار می‌شود. اگرچه بخش اندکی از ادبیات حوزه شفافیت به این نوع شفافیت اختصاص یافته، اما هدف شفافیت عموم برای حکومت، کمک به حکومت در انجام وظایف حاکمیتی خود اعم از سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، قاعده‌گذاری، اجرا و نظارت است. در ادبیات بین‌المللی، عموماً شفافیت در معنای شفاف‌شدن حکومت برای عموم مردم، تلقی می‌شود. شفافیت مردم برای حکومت اگرچه حائز اهمیت است، اما از آن‌رو در این پژوهش به آن اشاره شده است که تفاوت بین این نوع شفافیت، با شفافیت حکومت روشن شود. در جوامع پیچیده‌ی امروزی، بدون اتکاء به داده‌های دقیق و جامع در مورد مردم، حکومت در انجام وظایف حاکمیتی خود، با مشکل مواجه خواهد بود. این نوع شفافیت، عموماً به صورت سامانه‌های اطلاعاتی حاکمیتی بسته که دسترسی در آن‌ها محدود به مسئولین مربوطه است، نمایان می‌شود. این داده‌ها، به تشکیل داشبوردهای مدیریتی منجر می‌شوند که مدیران را در انجام وظایف خود، یاری می‌رسانند.

نگرانی‌ها در خصوص اعتماد، محرمانگی و امنیت داده‌ها بسیار زیاد است. مردم تنها در صورتی تمایل به اشتراک‌گذاری داده‌های خود با دولت خواهند داشت که به سازمان دولتی مربوطه اعتماد داشته باشند و این مستلزم شفافیت در خصوص نحوه برخورد آن سازمان با داده آن‌ها و همچنین برخورداری از امکان لغو دسترسی سازمان مذکور در هر زمان در صورت نیاز است. این مهم است که کاربران (مردم) بر نحوه‌ی استفاده دولت بر داده‌های شخصی خود کنترل داشته باشند (Dupont, ۲۰۱۸). همچنین می‌بایست روش‌های ساده‌ای برای مدیریت و کنترل مردم بر نحوه‌ی استفاده از داده‌های خود و یا داده‌های مربوط به خود ایجاد گردد. روشهایی مانند سامانه‌های آنلاین که بتواند بازخور و امکان لازم را در این خصوص به مردم بدهد. (Greenaway, ۲۰۱۵) برای مثال مردم استونی از طریق سامانه eesti.ee می‌توانند به پلتفرم مرکزی X-road دسترسی یابند و ضمن دسترسی به بیش از ۸۰۰ خدمت دولتی، مشاهده نمایند که چه کسانی و به چه دلیل به اطلاعات مربوط به آن‌ها دسترسی داشته‌اند. در واقع یکی از کارکردهای اصلی سیستم X-road و سامانه‌هایی که دسترسی به آن را فراهم می‌کنند، این است که شهروندان بتوانند «مالک» داده‌های خود باشند و آن‌ها را مشاهده نمایند و تا حدودی کنترل نمایند که چه کسانی به آن دسترسی داشته باشند. به طور کلی مردم از چیزی که نمی‌توانند ببینند، هراس دارند، در حالی که تجربه نشان داده است ایجاد چنین قابلیت‌هایی، بسیار اطمینان‌بخش می‌باشد. (Margetts & Naumann, 2017).

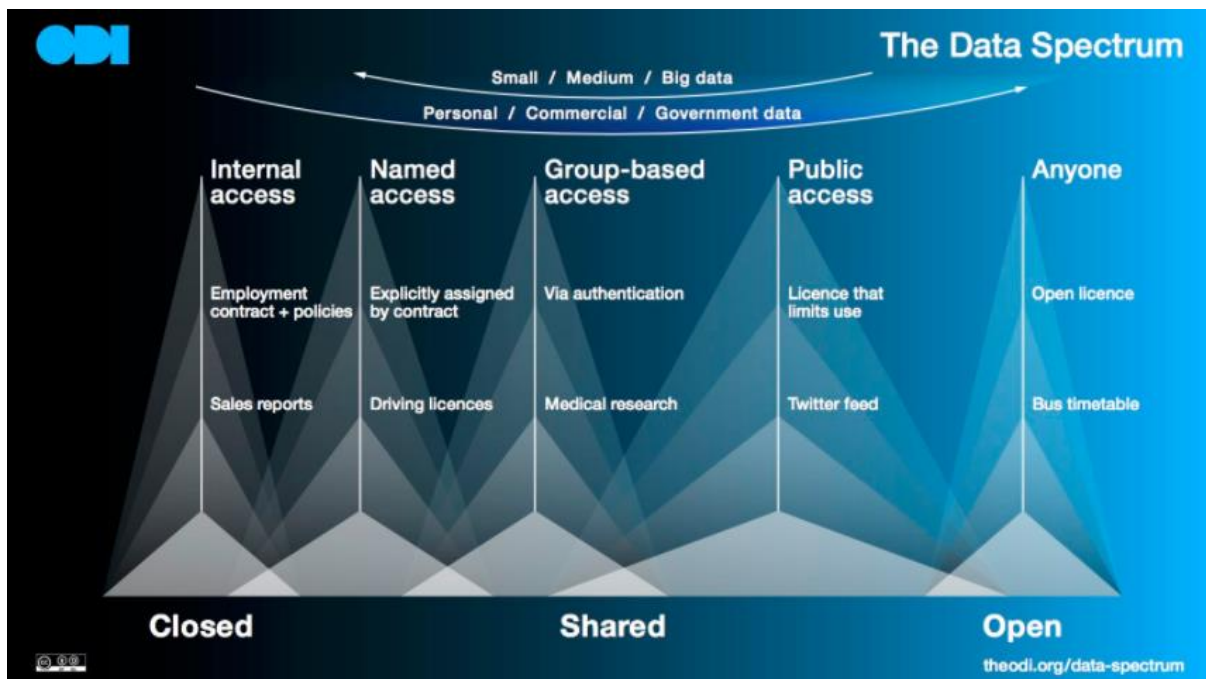
### ۲-۲-۳. شفافیت نهادهای غیرحکومتی

منظور از نهادهای غیرحکومتی، شرکت‌های خصوصی و تعاونی، انجمن‌های خیریه، سمن‌ها و هر نوع تشکیلات مستقل از حکومتی است که به نوعی در حوزه‌ی عمومی اثرگذار هستند. به‌عنوان مثال، اگر یک شرکت تولیدکننده مواد شیمیایی، صرفاً یک شرکت خصوصی است، اما میزان آلاینده‌های تولیدشده توسط این شرکت و یا برچسب‌های سازگاری با محیط‌زیست بر روی محصولات آن، برای عموم مردم، حائز اهمیت است. این کارخانه، با شفاف‌سازی این موارد و سایر موارد مرتبط، نه تنها به مسئولیت اجتماعی خود عمل کرده است، بلکه اعتماد مشتریان را نیز می‌تواند جلب کند. البته در مواردی، الزامات قانونی برای انتشار برخی اطلاعات از سوی کارخانه‌ها وجود دارد. در مثال دیگری، یک خیریه‌ی فعال در حوزه کودکان مبتلا به تالاسمی را در نظر بگیرید. از آن‌جا که خیرین و عموم مردم حامیان اصلی این خیریه هستند، ممکن است شفافیت صورت‌های مالی در این خیریه، به یک مطالبه جدی برای حامیان تبدیل شود. افزایش شفافیت در این خیریه، نه تنها از

وقوع فساد پیش‌گیری کند، بلکه می‌تواند به مشوقی برای کمک‌های بیشتر بدل شود. در مثال دیگر، سهامداران خرد یا کلان یک شرکت خصوصی را در نظر بگیرید که منافع‌شان با منافع اعضای هیئت‌مدیره و مدیرعامل بر سر برخی مسائل، هم‌سو نیست، و گزارش‌هایی نیز از بروز فساد و ناکارآمدی در هیئت‌مدیره به گوش آن‌ها رسیده است. در این مثال نیز شفافیت می‌تواند راه‌گشای مشکلات مذکور باشد.

### ۲-۳. دسته‌بندی شفافیت بر اساس سطح دسترسی

شاخص داده‌ی باز در سال ۲۰۰۷، به‌طور کلی داده را به سه دسته‌ی داده‌ی بسته، اشتراکی و باز، تقسیم‌بندی کرده است. در یک تعریف کلی می‌توان گفت داده‌هایی که برای عموم مردم در دسترس هستند را داده‌ی باز، داده‌هایی که تحت شرایط یا بین افراد خاصی در دسترس هستند را داده‌ی مشترک، و داده‌هایی که در دسترس کسی قرار نمی‌گیرند را داده‌ی بسته می‌گویند. در شکل زیر طیف داده، قابل ملاحظه است. در ادامه هر یک از انواع داده‌ها، به اجمال شرح داده شده است.



شکل ۵- دسته‌بندی انواع داده بر اساس ODI

منبع: (ODI, ۲۰۱۲)

---

### ۱-۳-۲. داده‌ی بسته

منظور از داده‌ی بسته، داده‌ای است که از ویژگی‌های زیر برخوردار است:

- برای هر بار دسترسی به داده‌ها، مجوز و اجازه‌نامه لازم است؛
- داده‌ها فقط برای اعضای یک گروه یا وبسایت نمایش داده می‌شوند (یعنی برای دسترسی به داده یا باید عضو سایت شوید یا هزینه‌ای را پرداخت کنید)؛
- داده‌ها رمزگذاری یا محدود شده‌اند؛
- داده‌ها شامل قانون کپی‌رایت می‌شوند. یعنی در هر بار استفاده از داده‌ها، نام منبع باید ذکر شود؛
- موتورهای جست‌وجو، سایت‌ها و API برای دسترسی به داده با محدودیت روبرو هستند.

---

### ۲-۳-۲. داده‌ی اشتراکی

منظور از داده‌ی اشتراکی، داده‌ای است که بین دو یا چند شرکت یا سازمان، طبق توافق یا قانون، به اشتراک گذارده می‌شود. به عنوان مثال، شرکت‌های تولیدکننده لوازم خودرو، طی یک موافقت‌نامه، توافق می‌کنند که برای یک مدت معین، با هدف تبادل تجربه و دانش و ایده‌های جدید، برخی داده‌ها را به اشتراک بگذارند. ویژگی‌های داده‌ی مشترک عبارتند از:

- داده‌ها فقط برای سازمان و یا افرادی که از قبل مشخص شده‌اند در دسترس هستند؛
- داده‌ها به شرطی در دسترس سازمان و یا افراد قرار می‌گیرند که معیار خاصی را رعایت کنند؛
- داده‌ها تحت شرایط و دوره خاصی در دسترس عموم قرار می‌گیرند و با تغییر شرایط در دسترس نخواهند بود.

---

### ۳-۳-۲. داده‌ی باز

توجه به این موضوع مهم است که در بررسی این ویژگی‌ها، برای باز بودن، داده باید تمام ویژگی‌های داده‌ی باز را داشته باشد اما برای بسته بودن کافی است یکی از ویژگی‌های داده‌ی بسته را داشته باشد تا آن داده را، داده‌ی بسته بدانیم. ویژگی‌های زیر را می‌توان مهم‌ترین ویژگی داده‌های باز به شمار آورد:

- در دسترس عموم باشد؛
- برای استفاده (هرچند بار که بخواهید) نیازی به کسب اجازه و مجوز نداشته باشند؛
- رایگان و بدون هزینه باشند.

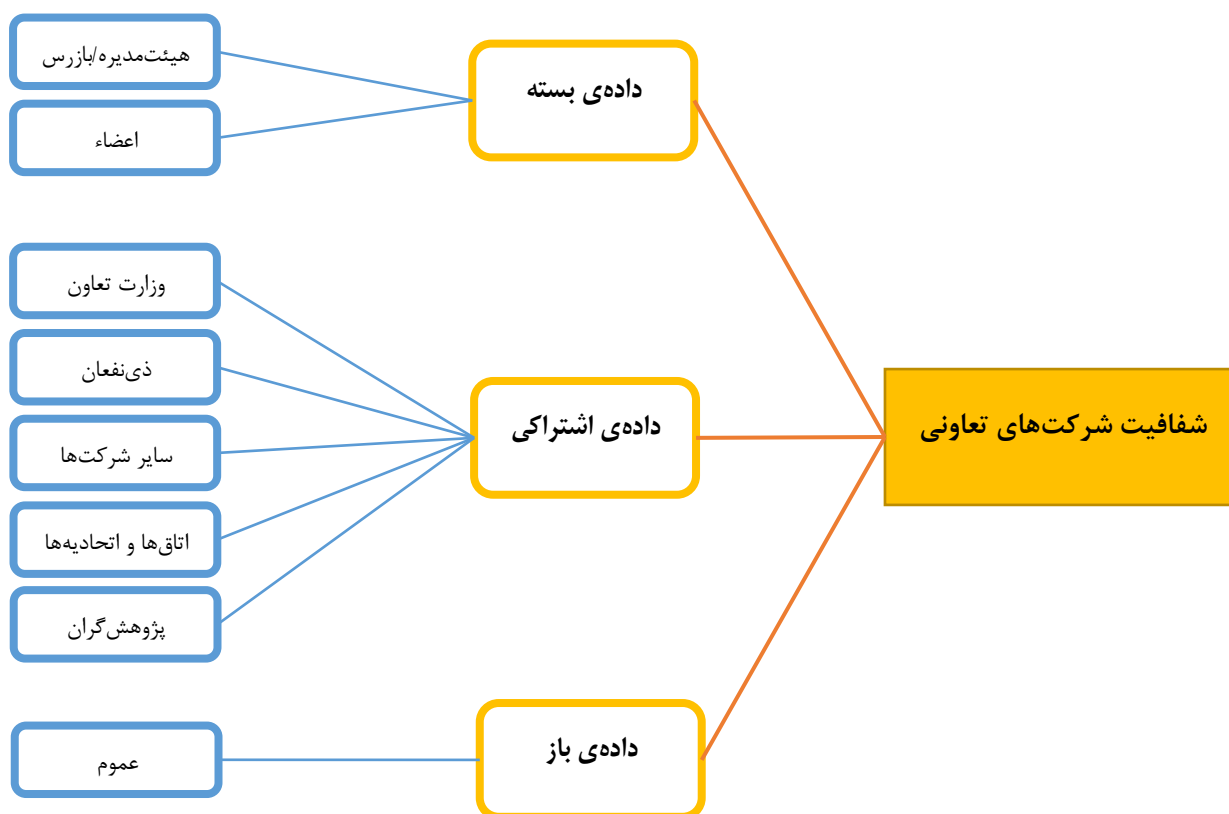
## ۲-۴. شفافیت شرکت‌های تعاونی

از آن جایی که تمرکز این پژوهش، تنها بر شرکت‌های تعاونی به عنوان یکی از نهادهای غیرحکومتی است، در یک دسته‌بندی کلی، از منظر کاربر، این نوع شفافیت را می‌توان به سه دسته‌ی زیر تقسیم کرد:

۱. شفافیت شرکتی (داده‌ی بسته)

۲. شفافیت برای دولت، ذی‌نفعان و غیره (داده‌ی اشتراکی)

۳. شفافیت برای عموم (داده‌ی باز)



شکل ۶- شفافیت شرکت‌های تعاونی به تفکیک انواع داده و کاربران آن‌ها



## ۱-۴-۲. داده‌ی بسته

در انواع شرکت‌ها، داده‌ی بسته با دو مفهوم «شفافیت شرکتی»<sup>۱</sup> و «حاکمیت شرکتی»<sup>۲</sup> مطرح می‌شود که در ادامه به تشریح هر یک از این دو مفهوم پرداخته شده است.

### ۱-۴-۱-۱. شفافیت شرکتی

منظور از شفافیت شرکتی این است که برنامه‌ها، سیاست‌ها، اهداف، اقدامات یک شرکت تعاونی تا چه اندازه، برای اعضاء و ذی‌نفعان شرکت، رؤیت‌پذیر و آشکار است. شفافیت در شرکت‌های خصوصی و تعاونی، حائز اهمیت ویژه‌ای است، چرا که باعث بهبود تخصیص منافع می‌گردد و مستقیماً با کارایی و رشد اقتصادی سروکار دارد. نقصان اطلاعات شفاف در بازار موجب افزایش هزینه‌ی معاملات و شکست بازار خواهد شد. از این‌رو، در بسیاری از شکست‌های اخیر بازار سرمایه، نبود شفافیت به عنوان یکی از عوامل اثرگذار، قلمداد شده است. نبود اطلاعات شفاف در بازارهای مالی، عامل تعیین‌کننده‌ای در خروج سرمایه‌گذاری‌های خارجی است. فقدان شفافیت در تصمیم‌گیری و عدم ارائه منظم اطلاعات مربوطه برای پاسخ‌گویی به انتظارات منطقی، بنگاه‌های خصوصی را مجبور می‌کند تا با بررسی بیش‌تر انتظارات خود، قابلیت تغییرپذیری ارزش دارایی‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها را افزایش داده و در نتیجه ریسک بالاتری را برای سرمایه‌گذاری‌های خود متصور شوند. افزایش ریسک سرمایه‌گذاری می‌تواند باعث افزایش نرخ بازده مورد انتظار و در نتیجه هزینه سرمایه گردد (Samuel & et.al, ۲۰۰۲ به نقل از خالقی‌مقدم و خالقی، ۱۳۸۸). تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهد کشورهایی که محیط تصمیم‌گیری شفاف دارند، عملکرد بهتری در بازارهای مالی بین‌المللی دارند (OECD, ۲۰۰۴).

### مدل بوشمن و همکاران برای شفافیت شرکتی

بوشمن و همکاران (۲۰۰۴) چارچوبی برای فرضیه‌سازی و اندازه‌گیری شفافیت، تدوین کرده‌اند. در این چارچوب، شفافیت شرکتی از سه بخش تشکیل شده است:

۱- گزارش‌گری شرکت‌ها: افشای اطلاعات حسابداری شامل سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت، تحقیق و توسعه، مخارج سرمایه‌ای، گزارش‌گری بخش‌ها، شرکت‌های تابعه وابسته و غیره. آشکارسازی اطلاعات مربوط به نظام راهبری شرکت‌ها (شامل افشای نام و درصد مالکیت سهام‌داران عمده، معرفی مدیران، معرفی اعضای هیئت‌مدیره و شرکت‌های وابسته، حقوق و مزایای اعضای هیئت‌مدیره و مدیران، سهام متعلق به مدیران و کارکنان). به‌موقع بودن آشکارسازی اطلاعات (شامل تعداد دفعات گزارش، مسائل

<sup>۱</sup>- Corporate Transparency

<sup>۲</sup>- Corporate Governance

مهم حسابداری آشکار شده در گزارش‌های میان‌دوره‌ای، ارائه اطلاعات تلفیقی در گزارش‌های میان‌دوره‌ای و آشکار سازی وقایع بعد از تاریخ ترازنامه، رویه‌های حسابداری، اعتبار بخشی به اطلاعات آشکار شده (سهام موسسات بزرگ در بازار حسابرسی)؛

۲- انتشار اطلاعات: میزان (درجه) دسترسی به رسانه‌های گروهی (تعداد روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی در هر ۱۰۰۰ نفر) و مالکیت رسانه‌های گروهی

۳- تحصیل اطلاعات به صورت انفرادی: گزارش مستقیم اطلاعات خصوصی (تعداد تحلیل‌گران شرکت‌ها)، انتقال غیرمستقیم اطلاعات نسبت به تحصیل (خرید) اطلاعات با ارزش (وجود و گستردگی سرمایه‌گذاران نهادی و قوانین و مقررات مربوط به استفاده از اطلاعات درونی)

#### مدل موسسه استاندارد اند پورز

موسسه استاندارد اند پورز<sup>۱</sup> یک سازمان آمریکایی اعتبارسنجی است. در گزارش‌هایی تحت عنوان شفافیت و آشکار سازی آمریکا (۲۰۰۲) و در گزارش با همین عنوان برای اروپا (۲۰۰۳)، ضمن طراحی یک شاخص برای سنجش شفافیت در شرکت‌های دنیا، به ارزیابی و رتبه‌بندی شرکت‌ها نیز پرداخته است. این موسسه به صورت سالیانه، شرکت‌های بزرگ پذیرفته شده در بورس‌های بین‌المللی را با این شاخص، رتبه‌بندی می‌کند. این مدل شامل ۹۸ معیار در سه حوزه‌ی زیر بوده و اساساً بر اساس استانداردهای گزارش‌گری کشورهای عضو OECD طراحی شده است:

۱- ساختار مالکیت و حقوق مالکان (۲۸ معیار): این معیارها بر مواردی نظیر افشای سهام‌داران بر اساس ماهیت (حقوقی، حقیقی، دولتی یا خصوصی) تعداد سهام و ارزش اسمی سهام منتشر شده، نام و تعداد سهام متعلق به ۱، ۳، ۵ و ۱۰ سهام‌دار عمده، نام و تعداد سهام متعلق به سهام‌دارانی که بیش از ۳، ۵ و ۱۰ درصد سهام شرکت را در اختیار دارند، روابط و درصد مالکیت متقابل سهام‌داران، وجود تقویم مشخص از جلسات سهام‌داران، صورت‌جلسات و خلاصه مذاکرات مجامع، نحوه اطلاع سهام‌داران از

1- Standard and Poor's

جلسات، تعیین رویه‌هایی برای ارائه‌ی پیشنهاد توسط سهام‌داران در جلسات، نحوه‌ی معرفی مدیران برای شرکت در انتخابات هیئت‌مدیره، چگونگی پرسش از هیئت‌مدیره؛

۲- شفافیت مالی و افشای اطلاعات (۳۵ معیار): توصیف برنامه‌ای راهبردی، جزئیات و شاخص‌های مرتبط با محیط تجاری و روند صنعت، جزئیات مربوط به تولید، فروش و سودآوری محصولات و بخش‌های فعالیت و سهم بازار هر یک از آن‌ها، پیش‌بینی‌ها و جزئیات مربوط به سودآوری محصولات و بخش‌ها، معیارهای کارایی و مقایسه آن با معیارهای متوسط صنعت، برنامه‌های سرمایه‌گذاری آتی و جزئیات مربوط، اطلاعات فصلی، تهیه سود و زیان، ترازنامه و جریان وجوه نقد بر اساس استانداردهای حسابداری بین‌المللی به صورت مکمل، نحوه‌ی ارزیابی دارایی‌ها، نحوه‌ی تهیه صورت‌های مالی تلفیقی، لیست شرکت‌هایی که شرکت در آن‌ها، علائق یا منافع دارد همراه با اطلاعات مربوط به معاملات انجام‌شده با آن‌ها، گزارش حسابرسی و حق‌الزحمه پرداختی به حسابرسان برای امور حسابرسی و نیز سایر مبالغ پرداختی به آن‌ها؛

۳- ساختار هیئت‌مدیره و مدیریت (۳۵ معیار): ارائه اطلاعاتی در خصوص رئیس و سایر اعضای هیئت‌مدیره به جز نام و عنوان آن‌ها از قبیل سوابق، تجربیات گذشته و مدت همکاری با شرکت، اطلاعات مربوط به مدیران کلیدی، نقش و وظایف اعضای هیئت‌مدیره، خلاصه تصمیمات مهم اتخاذشده در جلسات هیئت‌مدیره، وجود کمیته‌های مختلف از قبیل حسابرسی، انتخاب مدیران، تعیین حقوق و مزایا، تعیین راهبردهای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، حقوق، مزایا و پاداش اعضای هیئت‌مدیره و نحوه‌ی پرداخت آن، تعداد سهام متعلق به اعضای هیئت‌مدیره و مدیران ارشد، قرارداد مدیرعامل و حقوق، مزایا و پاداش پرداختی به ایشان و برنامه‌های آموزشی مدیران.



## شاخص شفافیت شرکتی سازمان شفافیت بین‌الملل

سازمان شفافیت بین‌الملل<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۲، شاخصی تحت عنوان شفافیت شرکتی ارائه کرده است. این شاخص بر سه مؤلفه استوار است:

۱- برنامه‌های مقابله با فساد<sup>۲</sup>: منظور از این مؤلفه، میزان تعهد شرکت به مقابله با فساد و ارتقای قواعد اخلاقی در بین مدیران، کارکنان، شرکاء و سایر کنش‌گران مرتبط از طریق یک شبکه ارزشی است. در سال ۲۰۰۹ سازمان شفافیت بین‌الملل دستورالعمل گزارش‌دهی در مورد مبارزه با فساد را ارائه کرد که در آن ۱۰ اصل برای مقابله با فساد معرفی شده بود. این سند از اصول تجاری مقابله با فساد<sup>۳</sup> برگرفته شده بود که در آن پیشنهادهای مشخصی به شرکت‌ها برای مقابله با فساد و شفافیت ارائه گردیده بود. ابعاد سنجش این مؤلفه به شرح زیر بوده است:

۱-۱- عمل به تعهدات قانونی<sup>۴</sup>

۲-۱- تدوین گد‌های اخلاقی قابل‌تعمیم به تمام کارکنان<sup>۵</sup>

۳-۱- کانال‌های گزارش‌دهی قابل‌اعتماد<sup>۶</sup>

۴-۱- حمایت از سوی رهبران شرکت<sup>۷</sup>

۵-۱- ممنوعیت اقدام متقابل برای گزارش‌گران تخلف<sup>۸</sup>

۶-۱- هدیه، مهمان‌نوازی و سفر<sup>۹</sup>

۷-۱- برنامه‌های آموزشی در محل<sup>۱۰</sup>

- 
- 1- Transparency International
  - 2- Anti-corruption programmes
  - 3- the Business Principles for Countering Bribery
  - 4- Compliance with laws commitment
  - 5- Code applies to all employees
  - 6- Confidential reporting channel
  - 7- Leadership support
  - 8- Prohibition of retaliation for reporting
  - 9- Gifts, hospitality, travel
  - 10- Training programme in place

۱-۸- تدوین گُدهای اخلاقی برای عامل‌ها<sup>۱</sup>

۱-۹- آشکارسازی اعانه‌های سیاسی<sup>۲</sup>

۱-۱۰- ممنوعیت پرداخت تسهیلات<sup>۳</sup>

۲- شفافیت سازمانی<sup>۴</sup>: برای سنجش این بُعد، میزان اطلاعاتی که شرکت‌ها آشکار می‌کنند، در نظر گرفته می‌شود. مواردی از قبیل عنوان شرکت، درصد سهام و حوزه فعالیت.

۲- گزارش‌های کشور به کشور<sup>۵</sup>: در توصیف این بُعد این گونه توضیح داده شده است: شهروندان کشورهای در حال توسعه که اغلب میزبان شرکت‌های چندملیتی هستند، می‌بایست اطلاعات کافی برای ارزیابی فعالیت‌های این شرکت‌ها را داشته باشند. این مشاغل به صورت محلی درآمد و سود ایجاد می‌کنند و از طریق حق امتیاز، مالیات و نظایر آن، در بودجه عمومی مشارکت می‌کنند. به عنوان مثال، ممکن است قراردادهای دولتی، شامل مشوق‌های مالیاتی باشد که می‌بایست به صورت شفاف و منصفانه مورد مذاکره قرار بگیرد و آشکار شود. به این صورت، قدرت‌های محلی باید نسبت به شهروندان خود و جامعه جهانی، مسئولیت‌پذیر باشند. در غیاب گزارش‌های کشور به کشور، عموم مردم، نسبت به میزان سودی که این فعالیت‌ها تولید می‌کنند و سیاست‌های دولت خود در قبال شرکت‌های چندملیتی، بی‌اطلاع خواهند بود.

---

1- Code applies to agents  
2- Disclosure of political contributions  
3- Prohibition of facilitation payments  
4- Organizational Transparency  
5- country-by-country reporting

## ۲-۴-۱-۲. حکمرانی شرکتی

در ادبیات بین‌المللی، شفافیت شرکتی در حوزه حکمرانی شرکتی نیز طرح گردیده است. پس از انقلاب صنعتی و با جدا شدن تدریجی مالکیت از مدیریت، شرکت‌ها با مشکلاتی مواجه شدند که این مشکلات برخی از آن‌ها را به مرحله ورشکستگی کامل کشاند. شکاف بین مالکیت و مدیریت چهار پیامد عمده برای شرکت‌ها به همراه داشت:

- تعارض منافع<sup>۱</sup>: جدایی مالکیت از مدیریت منجر به شکاف بین منافع گردید. در واقع منافع مدیران و مالکان در مواردی ممکن است متعارض با یکدیگر باشند و این تعارض، گاهی سبب تحمیل هزینه به شرکت می‌شود.
- کاهش انگیزه<sup>۲</sup>: در برخی مواقع، مدیران انگیزه‌ای برای افزایش سود و بهره‌وری شرکت ندارند.
- عدم تقارن اطلاعاتی<sup>۳</sup>: مدیران در شرکت‌ها به اطلاعاتی دسترسی دارند که سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان از آن اطلاعات مطلع نیستند و همین مسئله منجر به عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت می‌شود. شفافیت، موثرترین راهکار حذف عدم تقارن اطلاعاتی است.
- کاهش ریسک‌پذیری<sup>۴</sup>: معمولاً مدیرعامل‌ها چون مالک نیستند، در پایان دوره‌ی کاری باید به مالکان نشان دهند که عملکرد مثبتی داشته‌اند. برای این که این عملکرد مثبت را نشان بدهند، ممکن است از بسیاری از طرح‌ها، اقدامات استراتژیک و رویکردهای بلندمدتی که می‌تواند سبب بقاء و ارزش‌آفرینی سازمان شوند، صرف‌نظر کنند و هزینه‌هایی را به سازمان تحمیل کنند که این هزینه‌ها تحت عنوان «هزینه‌های نمایندگی» شناخته می‌شوند.

به عنوان بارزترین مثال، می‌توان به شرکت «انرون» آمریکا اشاره کرد. با جدا شدن مالکیت از مدیریت شرکت‌ها، چون مالکان دیگر مدیر نبودند، می‌بایست مکانیسمی وجود می‌داشت که از حقوق مالکان و سهام‌داران به نحو مطلوبی حفاظت می‌کرد. بعدها این مکانیسم، حکمرانی شرکتی نام گرفت. حکمرانی شرکتی به

1- Conflict of Interest

2- Motivation

3- Information Asymmetry

4- Risk Propensity

دنبال کاهش هزینه‌های نمایندگی عاملان سازمان است. بدین ترتیب، وجود سازوکارهای حکمرانی شرکتی، تضمین‌کننده‌ی منافع سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، مشتریان و سایر ذی‌نفعان است و زمینه تحقق آن، از طریق اتخاذ تصمیمات بهینه و تدوین قوانین و مقررات لازم‌الاجرا فراهم می‌شود. موضوع حکمرانی شرکتی از دهه‌ی ۱۹۹۰ در کشورهای پیشرفته‌ی صنعتی جهان نظیر آمریکا، انگلستان، کانادا و برخی کشورهای اروپایی مطرح شد. سابقه این امر به گزارش معروفی به نام گزارش کادبری<sup>۱</sup> برمی‌گردد که در سال ۱۹۹۲ منتشر شده و به برقراری سیستم کنترل داخلی و حسابرسی داخلی تأکید زیادی کرده است. در یک کلام می‌توان گفت، حکمرانی شرکتی مکانیسمی برای ایجاد ارزش پایدار برای کلیه ذی‌نفعان سازمان از جمله سهام‌داران است.

### مدل حکمرانی شرکتی OECD

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۱۵) طی یک دستورالعمل، شش راهبرد کلی برای حکمرانی شرکتی در شرکت‌ها، ارائه کرده است:

#### ۱. ایجاد چارچوب نهادی، قانونی و تنظیم‌گری کارآمد

ضرورت دارد چارچوب حکمرانی شرکتی، بازارهای شفاف و منصفانه و تخصیص کارای منابع را، بهبود بخشد. ضرورت دارد چارچوب با قواعد و قوانین سازگار باشد و از نظارت و اجرای اثربخش آن، اطمینان حاصل شود. حکمرانی شرکتی اثربخش نیازمند چارچوب قانونی، مقرراتی و نهادی اثربخشی است که فعالان بازار بتوانند در زمان ایجاد روابط قراردادی خصوصی خود بر آن‌ها اتکاء کنند. این چارچوب، نوعاً از عناصر قوانین، مقررات، توافقات خودانتظام، تعهدات داوطلبانه و رویه‌های کسب‌وکار تشکیل می‌شود که ماحصل شرایط، تاریخ و سنن خاص یک کشور هستند.

#### ۲. احترام به حقوق سهام‌داران و برخورد منصفانه با آن‌ها

ضرورت دارد چارچوب حکمرانی شرکتی، از حقوق سهام‌داران حفاظت و اعمال حق آن‌ها را تسهیل کند و نسبت به برخورد برابر با تمام سهام‌داران، شامل سهام‌داران اقلیت و خارجی، اطمینان فراهم کند. ضرورت دارد تمام سهام‌داران فرصت جبران خسارت ناشی از تحلف نسبت به حقوق خود را داشته باشند.

---

<sup>1</sup>- Cadbury Report

### ۳. تقویت سرمایه‌گذاران نهادی<sup>۱</sup>، بازارهای سهام و سایر واسطه‌ها

ضرورت دارد چارچوب حکمرانی شرکتی، انگیزه‌های روشنی درون زنجیره‌ی سرمایه‌گذاری فراهم کند و به نحوی به کارکرد بازار سرمایه کمک کند که به حکمرانی شرکتی خوب منجر شود. در برخی مواقع، زنجیره‌ی سرمایه‌گذاری، اغلب طولانی و پیچیده است و واسطه‌های متعددی وجود دارند که بین ذی‌نفعان نهایی و شرکت قرار می‌گیرند. وجود واسطه‌های فعال به عنوان تصمیم‌گیرندگان مستقل، بر انگیزه‌ها و توانایی‌های مشارکت در حکمرانی شرکتی، تأثیر می‌گذارد.

### ۴. تشویق ذی‌نفعان برای سرمایه‌گذاری

ضرورت دارد چارچوب حکمرانی شرکتی، حقوق ذی‌نفعان طبق آن‌چه در قوانین یا بر مبنای توافقاتی دوطرفه، مشخص شده است، را در نظر بگیرد و همکاری فعالانه‌ی شرکت‌ها و ذی‌نفعان در ایجاد ثروت، اشتغال و پایداری بنگاه‌های دارای وضعیت مالی شفاف را تشویق کند. حکمرانی شرکتی همچنین با یافتن راه‌هایی برای تشویق ذی‌نفعان متعدد در شرکت برای سرمایه‌گذاری در سطوح بهینه‌ی اقتصادی در منابع انسانی متخصص در امور شرکت و سرمایه‌ی فیزیکی در ارتباط است.

### ۵. آشکارسازی و شفافیت

ضرورت دارد چارچوب حکمرانی شرکتی اطمینان دهد که آشکارسازی به‌هنگام و دقیق درباره‌ی تمام موضوعات بااهمیت مرتبط با شرکت، شامل وضعیت مالی، عملکرد، مالکیت و حکمرانی شرکتی، ارائه می‌شود.

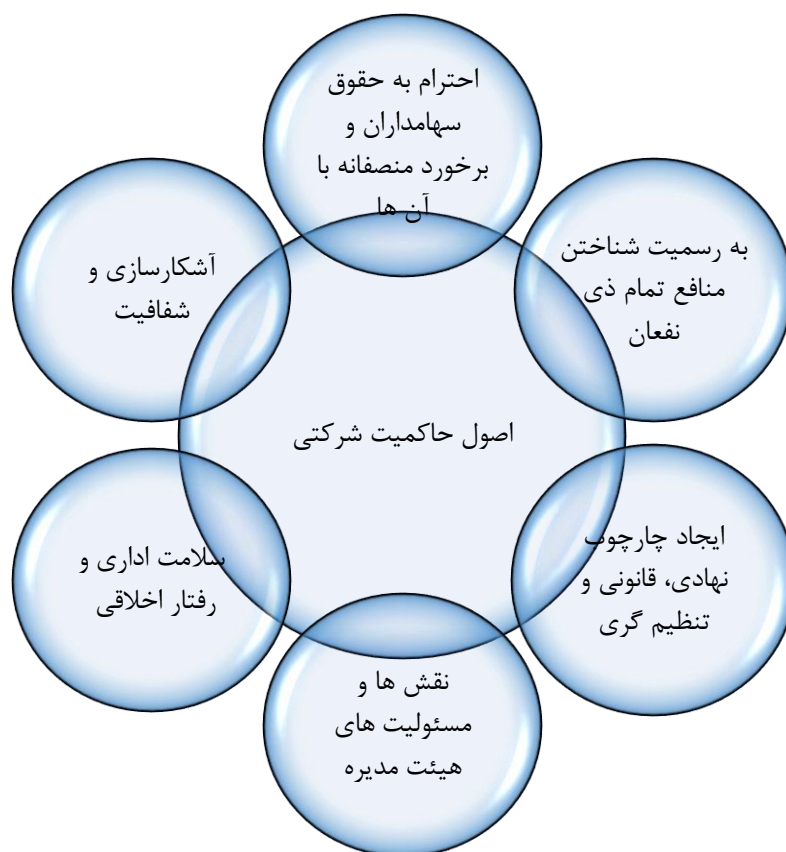
### ۶. مسئولیت‌های هیئت‌مدیره

ضرورت دارد چارچوب حکمرانی شرکتی، راهنمایی راهبردی شرکت، پایش اثربخش مدیریت به وسیله‌ی هیئت‌مدیره و پاسخگویی اعضای هیئت‌مدیره به شرکت‌ها و سهام‌داران را اطمینان‌بخشی کند.

---

<sup>۱</sup> - سرمایه‌گذار نهادی، (به انگلیسی: Institutional investor) شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشترک، شرکت‌های سرمایه‌گذاری محدود، شرکت‌های بیمه عمر که اندوخته اعضا را به شکل سبد سهام و اوراق قرضه نگهداری می‌کنند، همه از نمونه‌های سرمایه‌گذار نهادی هستند. این دسته از سرمایه‌گذاران به دلیل حجم بالای دادوستدهایی که انجام می‌دهند، همواره نقش به‌سزایی در عملکرد بازار به عهده دارند.





شکل ۷- اصول حکمرانی شرکتی

(منبع: OECD 2015)

اصول فوق، اصول کلی حکمرانی شرکتی هستند که مورد قبول بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) هستند. این اصول در ادوار تاریخی مختلف، مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفته و در سال ۲۰۰۰ به تصویب سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) رسیده است. در گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ذکر گردیده است که هیچ مدل واحدی برای حکمرانی شرکتی خوب وجود ندارد. و اصول فوق، تنها، زیربنای حکمرانی شرکتی مطلوب هستند. اصول، بر مبنای این اجزای مشترک ساخته می‌شوند و برای استفاده از مدل‌های متفاوتی که وجود دارند، فرمول‌بندی می‌شوند (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۳۹۵، ص، ۱۴).

در مدل حکمرانی شرکتی ارائه شده از سوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، شفافیت یکی از ابعاد مهم حکمرانی شرکتی است. اطلاعات شفاف را می‌توان به عنوان یکی از ابزارهای ایفای مسئولیت پاسخگویی مدیران دانست. هر قدر انتشار اطلاعات در جوامع بیش‌تر باشد، امکان اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه و ایفای مسئولیت پاسخگویی در مورد چگونگی تحصیل و مصرف منابع، بیش‌تر می‌شود. بنابراین، یکی از الزامات رشد و توسعه اقتصادی، دسترسی همه ذی‌نفعان به اطلاعات شفاف است. از نظر مفهومی، اندازه‌گیری کمی شفافیت را می‌توان با دقت اطلاعات دریافت‌شده و کیفیت آن‌ها سنجید. در تلاش‌هایی که اخیراً برای اندازه‌گیری شفافیت انجام شده، از معیارهای مانند فساد، بحران مالی یا هموارسازی سود استفاده شده است. با وجود این، نمی‌توان این عوامل را کاملاً به نبود شفافیت نسبت داد. پیوتروسکی و اسمیت (۲۰۰۳) چارچوبی برای مفهومی کردن و اندازه‌گیری شفافیت شرکت‌ها تدوین کرده‌اند. طبق این چارچوب، شفافیت شرکت‌ها سه عنصر اصلی دارد:

- ۱- گزارش‌گری مالی (اختیاری و اجباری)
- ۲- انتشار اطلاعات از طریق رسانه‌ها و اینترنت؛
- ۳- کسب اطلاعات محرمانه و ارسال آن از طریق تحلیل‌گران مالی، سرمایه‌گذاران نهادی و افراد داخل شرکت.

از دیدگاه گسترده حاکمیت شرکتی که متمرکز بر پاسخ‌گویی مدیران به همه ذی‌نفعان است، اطلاعات شفاف را می‌توان به عنوان یکی از ابزارهای اصلی ایفای مسئولیت پاسخگویی مدیران دانست. اهمیت دسترسی به اطلاعات جهت اتخاذ تصمیم‌های منطقی و صحیح، به حدی است که در جوامع مردم‌سالار، شفافیت اطلاعات و امکان دسترسی به آن را در شمار حقوق بشر در نظر می‌گیرند. هر قدر انتشار اطلاعات در جوامع بیش‌تر باشد، امکان اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه و پاسخگویی در مورد چگونگی تحصیل و مصرف منابع، بیش‌تر می‌شود و امکان رشد فساد، کاهش می‌یابد. شفافیت به عنوان ابزاری برای رشد و توسعه جوامع ضروری است. از سوی دیگر، تأثیر شفافیت بر حاکمیت شرکتی، هم منجر به مزایایی می‌شود و هم هزینه‌هایی را تحمیل می‌کند. فشارهای رقابتی جهانی، شرکت‌ها را وادار نموده است که منتظر این نباشند تا قوانین افشای جدید به آن‌ها بگویند چه چیزی، کجا، چگونه و چه وقت برای ذی‌نفعان منتشر شود (حساس یگانه و خیرالهی، ۱۳۸۷: ۷۹).

چیونگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در پژوهشی به بررسی شفافیت در ۱۰۰ شرکت برتر چین در فاصله سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۷ پرداخته‌اند. پژوهش‌گران در این پژوهش سه هدف اصلی را دنبال می‌کردند: (۱) بررسی رابطه شفافیت با ارزش تجاری یک شرکت، (۲) ارزیابی تفاوت میان افشای اطلاعات به صورت اجباری و یا افشای اطلاعات به صورت داوطلبانه و (۳) شناسایی ویژگی‌هایی از شرکت‌های چینی که دارای بیش‌ترین حد شفافیت هستند. در این پژوهش با هدف تعیین شاخص‌های ارزیابی شرکت‌ها، از مفاهیم ارائه‌شده توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) در رابطه با حاکمیت شرکتی و همچنین از سایر مدل‌های ارزیابی شفافیت استفاده شده است. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) پنج اصل در خصوص حاکمیت شرکتی عنوان کرده است که عبارتند از: حقوق سهام‌داران<sup>۲</sup>، رفتار و تعامل عادلانه تمامی سهام‌داران، نقش ذی‌نفعان، آشکارسازی و شفافیت، وظایف و شاکله هیئت‌مدیره. شاخص‌های ارزیابی شفافیت در این پژوهش براساس این پنج اصل و همچنین با استناد به مطالعات مرتبط ارائه شده است. پژوهش‌گران در مجموع ۵۶ گویه برای ارزیابی شفافیت در این شرکت‌ها در نظر گرفتند. از میان ۵۶ گویه، تعداد ۲۴ گویه، هم‌راستا با قوانین بوده و رعایت آن‌ها برای شرکت‌ها اجباری است و سایر گویه‌ها (۳۲ گویه) داوطلبانه تلقی می‌شوند. برای اندازه‌گیری این شاخص‌ها پرسشنامه‌ای با سوالات دو، سه و چهار گزینه طراحی شد. برای سنجش شاخص‌ها در شرکت‌های تحت بررسی، از نظرات خبرگان استفاده شده است. با هدف اطمینان از پایایی و همچنین بی‌طرفانه بودن پاسخ‌ها در جریان فرآیند پرسش‌گری، احصاء نظرات خبرگان در دو دوره‌ی مجزا و با پاسخ‌دهندگان متفاوت انجام شد. نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از ارتباط مثبت و معنی‌دار میان شفافیت در یک شرکت و ارزش تجاری آن شرکت است. به بیان دیگر هر چقدر شفافیت یک شرکت بیش‌تر باشد، میزان ارزش تجاری آن بالاتر خواهد بود. همچنان پژوهش‌گران در این پژوهش شاخص‌های مرتبط با شفافیت را در دو دسته کلی تقسیم‌بندی کردند؛ شاخص‌های اجباری و شاخص‌های داوطلبانه. شاخص‌های اجباری شاخص‌هایی هستند که بنابر موازین قانونی هر شرکت به هر حال موظف به رعایت آن‌ها است. در مقابل شاخص‌های داوطلبانه مواردی هستند که در توجه و یا عدم‌توجه به آن‌ها هیچ‌گونه تکلف قانونی لحاظ نشده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد شرکت‌هایی که به شاخص‌های داوطلبانه توجه بیش‌تری دارند، سودآورتر نیز هستند. شاخص‌های ارائه شده در این پژوهش جهت ارزیابی شفافیت در شرکت‌ها به شرح زیر است:

<sup>1</sup>- Cheung et.al

<sup>2</sup>- Shareholders Rights



جدول ۹- شاخص شفافیت شرکت‌های چینی، پژوهش چیونگ و همکاران (۲۰۱۰)

ردیف	بُعد	گویه
۱	حقوق سهام‌داران	اطلاع سهام‌داران در خصوص پاداش هریک از اعضای هیئت‌مدیره
		نحوه ارائه و اطلاع‌رسانی پاداش اعضای هیئت‌مدیره
		نحوه اطلاع‌رسانی سهام‌داران در خصوص ملاقات‌های حضوری
		وجود یک لیست برای حضور و غیاب اعضای هیئت‌مدیره
۲	رفتار و تعامل عادلانه تمامی سهام‌داران	مستندسازی سوابق سوالات و مسائلی که سهام‌داران مطرح کرده اند
		ارائه توضیحات و استدلال در مورد چرایی و چگونگی تعاملات بیرونی و تأثیر آن بر شرکت
		موفقیت تمام تعاملات بیرونی طی یک سال گذشته
		استفاده از نماینده جهت تسهیل فرآیند رأی‌گیری در مواقع مورد نیاز
۳	نقش ذی‌نفعان	کیفیت فرآیند اطلاع‌رسانی به نمایندگان
		زمان مورد نیاز جهت انجام هماهنگی قبلی برای ملاقات با سهام‌داران
		تصریح موارد مرتبط با امنیت و رفاه کارکنان توسط شرکت
		تصریح نقش انواع ذی‌نفعان توسط شرکت
۴	آشکارسازی و شفافیت	تصریح مسئولیت شرکت در قبال محیط‌زیست
		وجود ساختار مالکیت شفاف در شرکت
		سنجش کیفیت گزارش‌های سالانه (اعم از گزارش مالی، عملیات، جایگاه رقابتی و ...)
		امکان درخواست اعلام چگونگی تعاملات سهامی مدیران در خصوص سهام‌های شرکت
		وجود یک واحد ممیزی مستقل در شرکت
		انجام ممیزی در شرکت توسط میزبان مستقل و مورد تأیید به صورت سالانه
		وجود شروط حسابرسی در ممیزی بیانه‌های مالی
۵	وظایف و شاکله هیئت‌مدیره	وجود چندین کانال ارتباطی برای دسترسی به اطلاعات
		وجود یک تارنمای فعال برای به اشتراک گذاری منظم اطلاعات در اسرع وقت
		وجود یک مرام نامه اخلاقی برای اعضای هیئت‌مدیره و همچنین وجود قوانین مدون در شرکت
		وجود مکانیسمی برای ارزیابی کیفیت و محتوای گزارش سالانه کمیته ممیزی
		تصریح استقلال شرکت در گزارش سالیانه
انتشار اطلاعات تماس رابط سرمایه‌گذاری		
وجود رویه برای ارائه گزارش توسط هیئت‌رئیس		

جدول ۱۰- پرسشنامه شفافیت شرکتی پژوهش چیونگ و همکاران (۲۰۱۰)

ردیف	بُعد	گویه
۱	حقوق سهام‌داران	۱-۱- آیا تصمیم مرتبط با پاداش اعضای هیئت‌مدیره و یا کادر اجرایی مورد تأیید سهام‌داران است؟
		۱-۲- نحوه ارائه و اطلاع‌رسانی پاداش اعضای هیئت‌مدیره چگونه است؟
		۱-۳- کیفیت اطلاع‌رسانی به سهام‌داران در خصوص ملاقات‌های حضوری در سال گذشته چگونه بوده است؟
		۱-۳-۱- در خصوص ملاقات مدیران؛ ارائه فهرست اسامی و اطلاعات مرتبط با آن‌ها
		۱-۳-۲- در خصوص ملاقات ممیزان؛ ارائه فهرست اسامی و مبلغ حق‌الزحمه هر کدام
		۱-۳-۳- در خصوص سیاست تقسیم سود؛ ارائه لیست مقادیر و توضیحات مرتبط با آن
		۱-۴- حضور و غیاب
		۱-۴-۱- آیا مدیر شرکت طی دو سال گذشته در جلسات ملاقات سالیانه <sup>۱</sup> شرکت کرده است؟
		۱-۴-۲- آیا تاریخچه حضور و غیاب اعضای هیئت‌مدیره موجود است؟
		۱-۵- آیا در جلسه ملاقات سالیانه سال گذشته فرصتی برای پرسش و پاسخ در خصوص مسائل در نظر گرفته شد؟
۲	رفتار و تعامل عادلانه با تمامی سهام‌داران	۱-۵-۱- آیا مستندات مربوط به پرسش و پاسخ جلسه مربوطه موجود است؟
		۱-۵-۲- آیا در این جلسه قطعنامه‌ای در خصوص مسئله‌ای خاص امضاء شد؟
		۲-۱- آیا شرکت در خصوص چرایی و چگونگی تعاملات بیرونی سازمان و تأثیر آن بر کل شرکت توضیحات و یا استدلالی ارائه داده است؟
		۲-۲- آیا تمامی تعاملات بیرونی سازمان طی سال گذشته موفقیت‌آمیز بوده است؟
		۲-۳- آیا شرکت با هدف تسهیل فرآیند رأی‌گیری در مواقع مورد نیاز از نماینده استفاده می‌کند؟
		۲-۴- اطلاع‌رسانی در فرایندهای محضری
		۲-۴-۱- آیا در جریان اطلاع‌رسانی به سهام‌داران اطلاعات مرتبط با مدارک مورد نیاز جهت شرکت نماینده قانونی به جای سهام‌دار در جلسه در اختیار آن‌ها قرار داده می‌شود؟
		۲-۴-۲- آیا در فرآیند ثبت محضری و کالت‌نامه برای نماینده مدارک ویژه‌ای مورد نیاز است؟
		۲-۵- اطلاعات مربوط به زمان و مکان جلسه چند روز زودتر برای سهام‌داران ارسال می‌گردد؟
		۳
۳-۲- آیا شرکت نقش انواع ذی‌نفعان را صراحتاً مشخص کرده است؟		
۳-۳- آیا شرکت مسئولیت خود در قبال محیط‌زیست را به‌صراحت اعلام کرده است؟		
۴	آشکارسازی و شفافیت	۴-۱- آیا در شرکت ساختار مالکیت شفاف است؟
		۴-۱-۱- آیا ساختار شکست سهام مشخص است؟
		۴-۱-۲- آیا شناسایی مالکیت سودمند در شرکت ممکن است؟
		۴-۱-۳- آیا اطلاعات مربوط به سهم مدیرکل آشکار شده است؟
		۴-۱-۴- آیا اطلاعات مربوط به سهم مدیرعامل آشکار شده است؟
		۴-۲- کیفیت گزارش‌های سالانه چگونه است؟ به‌طور ویژه گزارش‌های زیر:
		۴-۲-۱- گزارش مالی
		۴-۲-۲- گزارش عملیات کسب‌وکار و موقعیت رقابتی
		۴-۲-۳- گزارش اطلاعات مرتبط با اعضای هیئت‌مدیره
		۴-۲-۴- گزارش ریسک‌های عملیاتی

<sup>1</sup>- Annual General Meeting (AGM)



انديشكده شفافيت براي ايران

### تدوين شاخص شفافيت براي شركت‌هاي تعاوني در ايران



معاونت امور تعاون

ردیف	بُعد	گويه
۵	وظايف و شاکله هیئت‌مدیره	۴-۳- آیا قانونی برای درخواست اعلام چگونگی معاملات سهمی مدیران در خصوص سهام‌های شرکت وجود دارد؟
		۴-۴- آیا در شرکت یک واحد ممیزی مستقل وجود دارد؟
		۴-۵- آیا فرآیند انجام ممیزی در شرکت توسط ممیزان مستقل و مورد تأیید به صورت سالانه انجام می‌شود؟
		۴-۶- آیا برای ممیزی بیانیه‌های مالی شروط حسابرسی مشخص وجود دارد؟
		۴-۷- آیا سازمان چندین کانال ارتباطی برای دسترسی به اطلاعات معرفی می‌کند؟
		۴-۷-۱- گزارش سالیانه
		۴-۷-۲- تارنمای شرکت
		۴-۷-۳- برگزاری نشست‌های تحلیل
		۴-۷-۴- برگزاری نشست‌های مطبوعاتی
		۴-۸- آیا شرکت یک تارنمای فعال برای به اشتراک‌گذاری منظم اطلاعات در اسرع وقت دارد؟
		۴-۸-۱- اطلاعات عملیات کسب و کار
		۴-۸-۲- اطلاعات بیانیه‌ها و قوانین مالی شرکت
		۴-۸-۳- اطلاعات مربوط به ساختار سهام شرکت
		۴-۸-۴- اطلاعات مربوط به ساختار سازمانی
		۴-۸-۵- اطلاعات مرتبط با ساختار شرکت‌های همکار در یک گروه
		۴-۸-۶- گزارش سالانه شرکت به صورت روی خط و قابل بارگیری
		۴-۸-۷- ارائه سایت در زبان انگلیسی
۵-۱- شفافیت قوانین		
۵-۱-۱- آیا شرکت قوانین مستند مختص به خود را دارد؟		
۵-۱-۲- آیا یک مرام‌نامه اخلاقی برای اعضای هیئت‌مدیره در شرکت تنظیم شده است؟		
۵-۱-۳- آیا مأموریت و چشم‌انداز شرکت مشخص شده است؟		
۵-۲- آیا مکانیسمی برای ارزیابی کیفیت و محتوای گزارش سالانه کمیته ممیزی وجود دارد؟		
۵-۲-۱- سیستم حضور و غیاب		
۵-۲-۲- کنترل درون‌سازمانی		
۵-۲-۳- کنترل مدیریت		
۵-۲-۴- بازنگری گزارش مالی		
۵-۲-۵- تطابق قانونی		
۵-۳- آیا استقلال شرکت در گزارش سالیانه به طور صریح عنوان شده است؟		
۵-۴- آیا شرکت اطلاعات تماس رابط سرمایه‌گذاری را منتشر می‌کند؟		
۵-۵- آیا شرکت قالب مشخصی برای گزارش‌دهی هیئت‌مدیره دارد؟		

چی‌هات و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در مقاله‌ای تحت عنوان «حکمرانی شرکتی، شفافیت و عملکرد شرکت‌های مالزیایی» به بررسی تأثیر اصول حکمرانی شرکتی بر شفافیت و عملکرد شرکت‌های مالزیایی است. در این پژوهش، آشکارسازی اطلاعات و به موقع بودن نشر اطلاعات، دو بُعد اصلی شفافیت لحاظ شده‌است و حکمرانی شرکتی نیز متشکل از سه بُعد حاکمیت داخلی، ساختار مالکیت و سرمایه و کیفیت ممیزی در نظر گرفته شده‌است. به تعبیر چی‌هات منظور از حاکمیت داخلی، ساختار اصلی و تشکیل‌دهنده هیئت‌رئیس در یک سازمان است. در این پژوهش هشت فرضیه اصلی مطرح شده است که عبارتند از:

- استفاده از مکانیسم‌های حکمرانی داخلی منجر به افزایش عملکرد می‌شود.
- مالکیت خارجی<sup>۲</sup> بیش‌تر و تأمین مالی از طریق افزایش بدهی منجر به افزایش عملکرد می‌شود.
- هرچه کیفیت ممیزی بیش‌تر باشد، سطح عملکرد شرکت بالاتر است.
- استفاده از مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی منجر به افزایش شفافیت شرکتی می‌شود.
- مالکیت خارجی بیش‌تر و تأمین مالی از طریق افزایش بدهی منجر به افزایش شفافیت شرکتی می‌شود.
- هرچه کیفیت ممیزی بیش‌تر باشد، سطح شفافیت شرکتی بیش‌تر خواهد بود.
- استفاده از مکانیسم‌های قوی حاکمیت شرکتی منجر به افزایش شفافیت شرکتی می‌شود.
- افزایش شفافیت شرکتی منجر به افزایش عملکرد می‌شود.

---

<sup>1</sup>- Che Haat et al.

<sup>2</sup>- Foreign ownership

### حکمرانی شرکتی در تعاونی‌های بریتانیا

اگرچه بحث حکمرانی شرکتی در اواخر قرن بیستم در بریتانیا و در ارتباط با شرکت‌های خصوصی مطرح گردید، اما از اوایل قرن بیست و یکم، این بحث، به تدریج در شرکت‌های تعاونی بریتانیا نیز طرح گردید. در سال ۲۰۰۳، شرکت تعاونی بیمه‌ای CIS<sup>۱</sup>، برای اولین بار، آرشيو کامل آرای هیئت‌مدیره شرکت را منتشر کرد. در همان سال، در سمینار نظارت و عملکرد در همین کشور، به‌طور ضمنی، بحث حکمرانی شرکتی در تعاونی‌ها مطرح شد. در این سمینار خانم پاتریشا هوویت<sup>۲</sup>، وزیر وقت صنعت و تجارت بریتانیا، به برخی از مؤلفه‌های حکمرانی شرکتی، اشاره کرد. در بخشی از سخنرانی ایشان به بحث شفافیت در شرکت‌های تعاونی نیز اشاره می‌کنند: «چه به صورت داوطلبانه و چه به واسطه‌ی گداهای رفتاری و قواعد، نیاز به ایجاد رشته‌ای از شفافیت و مسئولیت‌پذیری داریم که از دفتر اعضای هیئت‌مدیره تا سهام‌داران را دربرمی‌گیرد»<sup>۳</sup>. پیرو طرح بحث حکمرانی شرکتی در تعاونی‌های بریتانیا، در سال ۲۰۰۳، «گروه بررسی حکمرانی شرکتی»<sup>۴</sup> در این کشور تشکیل شد. هدف از تشکیل این گروه، تدوین نظام‌نامه جدید داوطلبانه برای حاکمیت شرکتی در تعاونی‌های بریتانیا اعلام گردید. این نظام‌نامه دارای چهار محور اصلی بود: گشودگی<sup>۵</sup>، شفافیت<sup>۶</sup>، راستی و صداقت<sup>۷</sup> و موفقیت<sup>۸</sup>. خروجی این نظام‌نامه در سال ۲۰۰۴ توسط آدریان کولز<sup>۹</sup>، رئیس این گروه، در مجلس بریتانیا، ارائه شد. کولز در سخنرانی خود آشکارا بر اهمیت توجه به حکمرانی شرکتی در تعاونی‌ها، تأکید کرد: «اگرچه بخش تعاون، هنوز تجربه‌ی شکست در مقیاس بعضی شرکت‌های خصوصی نظیر وُردکام و پارمالت ندارد، اما اکنون، بیش‌از هر زمان دیگری، لزوم توجه به استانداردهای حکمرانی شرکتی در شرکت‌های تعاونی، احساس می‌شود»<sup>۱۰</sup>.

1- Co-operative Insurance Society

2- Patricia Hewitt

3- <https://www.thenews.coop/34416/sector/banking-and-insurance/minister-salutes-cis/>

4- The Corporate Governance Review Group

5- Openness

6- Transparency

7- Probity

8- Success

9- Adrian Coles

10- <https://www.thenews.coop/34574/sector/retail/co-op-governance-code-its-way/>



## حکمرانی شرکتی در تعاونی‌های برزیل

در سال ۲۰۰۸، بانک مرکزی برزیل، گزارشی تحت عنوان «حکمرانی شرکت‌های تعاونی: دستورالعمل‌هایی برای حکمرانی مالی خوب شرکت‌های تعاونی»<sup>۱</sup> منتشر کرد. هدف از این انتشار این گزارش، ارائه رهنمودهایی برای الگوهای خوب حاکمیت در شرکت‌های تعاونی اعتباری عنوان شده است. البته این گزارش، صرفاً جنبه‌ی مشورتی دارد و برای شرکت‌های تعاونی در این کشور، الزام‌آور نیست. در جریان این پروژه، ابتدا یک تیم از طرف بانک مرکزی به بررسی مسائل مرتبط با تعاونی‌ها پرداخت. با توجه به نتایج این بررسی‌ها، مهم‌ترین مسائل شناسایی‌شده در خصوص حاکمیت شرکت‌های تعاونی به شرح زیر عنوان شده است:

- ۱- مشارکت: مسائل مرتبط با مشارکت اعضای تعاونی‌ها در مجمع‌ها و جلسات مهم مرتبط با تعاونی
- ۲- نمایندگی: مسائل مرتبط با تئوری نمایندگی در شرکت‌های تعاونی
- ۳- ارتباط میان اعضای هیئت‌رئیس و مدیران اجرایی
- ۴- ممیزی و احتمال مواجهه با خطرات احتمالی
- ۵- ارتباط با سیستم

پس از تحلیل هریک از مسائل فوق توسط تیم بانک مرکزی، رهنمودهایی در چهار دسته مجزا برای استفاده از الگوهای موفق حاکمیت در شرکت‌های تعاونی پیشنهاد شده و به تصویب هیئتی متشکل از تیم بانک مرکزی و جمعی از نمایندگان شرکت‌های تعاونی اعتباری موفق رسیده است. استفاده از رهنمودهای پیشنهادی این پروژه برای شرکت‌های تعاونی اجباری نبوده و هر شرکت به صورت اختیاری می‌تواند از این رهنمودها استفاده کند. از جمله دیگر دلایل اصلی انجام این پژوهش در کشور برزیل می‌توان به رشد روز افزون تعاونی‌های اعتباری و نقش مهم آن‌ها در شاخص اقتصادی این کشور اشاره کرد.

در این پروژه، یکی از اصلی‌ترین مشکلات تعاونی‌ها، عدم مشارکت فعالانه اعضا است. این مشکل، با «اثر هیچ‌هایکینگ»<sup>۴</sup> توضیح داده شده است. بر اساس «اثر هیچ‌هایکینگ» اعضای شرکت‌های تعاونی در صورتی که احساس کنند حضور آن‌ها تأثیری بر روند تصمیم‌گیری ندارد و یا پیش از جلسه پیش‌بینی کنند تعداد اندکی در جلسه شرکت می‌کنند، تصمیم بر عدم حضور می‌گیرند. این گزارش پیشنهاد می‌دهد که این مسئله با افزایش روحیه مشارکتی و فرهنگ‌سازی شرکت در جلسات مجمع تا حدودی قابل کنترل است. با

---

<sup>1</sup>- Guidelines for Good Practices of Financial Cooperative Governance

<sup>2</sup>- Participation

<sup>3</sup>- Representativeness

<sup>4</sup>- Hitchhiking effect

این حال در سر دیگر طیف احتمال وقوع مشکلات دیگری نیز وجود دارد. با فرض این که فرهنگ مشارکت میان تمامی اعضا امری پذیرفته شده باشد، در نتیجه، سطح اعتماد در میان اعضا بالا می‌رود. بالا رفتن سطح اعتماد در بلند مدت می‌تواند بر مکانیسم‌های نظارتی و کنترلی تأثیر منفی بگذارد. بدین معنی که با افزایش اعتماد میان اعضا، سطح نظارت بر اجرای امور کاهش یافته و به تبع آن احتمال وقوع اشتباهات و یا بروز فساد افزایش یافته و در نهایت با آشکار شدن این فساد و یا اعمال قدرت تعدادی از ذی‌نفعان بروز فساد، پدیده اثر هیچ‌هایکینگ دو مرتبه به وقوع پیوسته و فرهنگ مشارکت در میان اعضا به مرور زمان از بین می‌رود. حساسیت چرخه تشریح شده از دیگر مواردی است که نشان‌گر لزوم به‌کارگیری و در نظر گرفتن رهنمودهایی برای الگوهای موفق حاکمیت در شرکت‌های تعاونی است. رهنمودهای پیشنهادی این گزارش برای تعاونی‌ها، در چهار بخش کلی تقسیم‌بندی و ارائه شده است:

۱- نمایندگی و مشارکت: تمرکز اصلی در این بخش بر مسائل مرتبط با مجمع‌ها، روبه‌های رأی‌گیری، کانال‌های ارتباطی، شکل‌گیری تعاونی‌ها و اطلاعاتی از این قبیل است. از جمله سرفصل‌های مرتبط با این بخش عبارت است از:

- ۱-۱- مجمع‌های عمومی؛ عمده رهنمودهای طرح شده ذیل این قسمت عبارت است از:
  - تأکید بر اهمیت این مجامع به مثابه عالی‌ترین رکن یک تعاونی و اشاره به وظیفه مدیریت در راستای به‌کارگیری مکانیسم‌هایی در جهت تضمین مشارکت تمامی اعضا.
  - تأکید بر این موضوع که تاریخ، زمان و مکان برگزاری جلسات مجمع عمومی بایستی به نحوی تعیین گردد که حضور حداکثری اعضا تضمین شود.
  - تنظیم جلسات پیش مجمع<sup>۱</sup> قبل از جلسه اصلی و با هدف تضمین حضور حداکثری اعضا در دستور کار قرار گیرد.
  - یک دستورالعمل برای وکالت اعضا در تعاونی‌هایی که تعداد اعضای آن‌ها بسیار زیاد است، تنظیم شود؛ به گونه‌ای که برگزاری جلسات به دلیل عدم حضور به حد نصاب، با مشکل مواجه نشود.

<sup>۱</sup>- Pre-assemblies

- ۱-۲- مستندسازی و صورت جلسه مجمع؛ عمده رهنمودهای طرح شده ذیل این قسمت عبارت است از:
- تمامی جزئیات مرتبط با جلسات به طور مبسوط ثبت و ضبط شود به گونه‌ای که افراد غائب در جلسه به طور کامل در جریان امور قرار بگیرند.
  - بررسی کیفیت صورت جلسات تنظیمی و همچنین اسناد ثبت شده توسط یک بازرس مورد بررسی قرار گیرد.
- ۱-۳- قوانین مرتبط با رأی گیری؛ عمده رهنمودهای ارائه شده ذیل این قسمت عبارت است از:
- مسائل مطرح شده در مجامع به صورت فردی بایستی مورد بررسی قرار گرفته و رأی به صورت فردی اعلام شود.
  - فرآیند اخذ رأی نباید به صورت شفاهی انجام شود.
- ۱-۴- رویه‌های مرتبط با فرآیند رأی گیری
- ۱-۵- مشارکت اعضا
- ۱-۶- تشکیل تعاونی‌ها، مسیر توسعه رهبری در تعاونی‌ها و مسئولیت پذیری اجتماعی
- ۲- راهنمای امور راهبردی: در این بخش بر لزوم جدایی فعالیت‌های راهبردی و فعالیت‌های اجرایی تأکید شده و وظایف و مسئولیت‌های اصلی مدیران استراتژیک به تفصیل تشریح شده است. از جمله سرفصل‌های مرتبط با این بخش عبارت است از:
- ۲-۱- تعریف نقش‌ها و اقدامات
  - ۲-۲- وظایف مدیران بخش استراتژی
  - ۲-۳- نحوه انجام عملیات توسط مدیران
- ۳- راهنمای امور اجرایی: در این بخش نیز بر لزوم جدایی فعالیت‌های راهبردی و فعالیت‌های اجرایی تأکید شده و وظایف و مسئولیت‌های اصلی مدیران اجرایی به تفصیل تشریح شده است. از جمله سرفصل‌های مرتبط با این بخش عبارت است از:
- ۳-۱- اقدامات و مسئولیت‌های اعضا
  - ۳-۲- نظام‌نامه رفتاری و استانداردهای اخلاقی
  - ۳-۳- سیاست‌های مخاطره و اعتبار<sup>۱</sup>
  - ۳-۴- انتشار اطلاعات

<sup>۱</sup>- Risk and credit Polices



اندیشکده شفافیت برای ایران

## تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

۴- نظارت و کنترل: در این بخش بر دیگر بازیگران موجود در یک شرکت تعاونی به غیر از اعضای هیئت‌مدیره تأکید شده و نقش نظارتی هر یک از و همچنین مکانیسم‌هایی که هر یک برای نظارت و کنترل امور استفاده می‌کنند، پرداخته شده است. از جمله سرفصل‌های مرتبط با این بخش عبارت است از:

۴-۱- اعضاء

۴-۲- ممیزی

۴-۳- کمیته قانونی ممیزی

۴-۴- سازمان نظام‌مند

## ۲-۴-۲. داده‌ی اشتراکی

منظور از داده‌ی اشتراکی، داده‌ای است که بین دو یا چند شرکت یا سازمان، به اشتراک گذارده می‌شود. به‌طور مثال، شرکت‌های تولیدکننده‌ی لوازم خودرو، توافق می‌کنند که برای یک مدت معین، با هدف تبادل تجربه، دانش و ایده‌های جدید، برخی از داده‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. ویژگی‌های داده‌ی مشترک عبارتند از:

- داده‌ها فقط برای سازمان و یا افرادی که از قبل مشخص شده‌اند، در دسترس هستند؛
- داده‌ها به شرطی در دسترس سازمان و یا افراد قرار می‌گیرند که معیار خاصی را رعایت کنند؛
- داده‌ها تحت شرایط و دوره خاصی در دسترس عموم قرار می‌گیرند و با تغییر شرایط در دسترس نخواهند بود.

برای اشتراک داده در شرکت‌های تعاونی، پنج کاربرد می‌توان در نظر گرفت:

- اشتراک داده با وزارت تعاون: طبق قانون، شرکت‌های تعاونی، می‌بایست برخی از اطلاعات شرکتی خود را با معاونت امور تعاون به عنوان متولی سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و نظارت در حوزه‌ی تعاون، به اشتراک بگذارند. اشتراک داده از سوی شرکت‌های تعاونی با نهادهای حاکمیتی، این نهادها را در عمل به وظایف حاکمیتی خود، یاری می‌رساند. وجود بانک‌های اطلاعاتی از شرکت‌های تعاونی، نهادهای حاکمیتی را در انجام وظایف خود از جمله سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، قانون‌گذاری، نظارت و تنظیم‌گری کمک می‌کند. این داده‌ها، در سامانه‌های دولتی، با رعایت سطوح دسترسی، قابل دسترسی هستند.
- اشتراک داده با ذی‌نفعان: منظور از ذی‌نفع فرد، هر نوع موجودیتی اعم از فرد، شرکت یا سازمان است که در خارج از حیطه‌ی شرکت تعاونی قرار می‌گیرد اما منافع‌اش در پیوند با منافع شرکت قرار دارد، لذا محق است که به برخی از داده‌ها و اطلاعات شرکت، دسترسی داشته باشد. در زمینه‌ی شرکت‌های تعاونی می‌توان سه گروه ذی‌نفع را شناسایی کرد: نخست، شخصی که قصد عضویت در تعاونی را دارد؛ دوم، سرمایه‌گذاری که قصد سرمایه‌گذاری در شرکت را دارد و سوم بانک یا هر موسسه اعتباری دیگری که به شرکت تسهیلات اعطاء کرده است.
- اشتراک داده با سایر شرکت‌ها: در این‌جا منظور سایر شرکت‌های فعال در حوزه‌ی تخصصی شرکت تعاونی است. این امکان وجود دارد که شرکت‌های تعاونی با ایجاد یک تشکیلات وسیع، با هدف بهبود بخش تعاون، تبادل ایده، افزایش دانش و آگاهی، با یکدیگر به اشتراک بگذارند. این اطلاعات می‌توانند در قالب اکسل، پی‌دی‌اف و سایر فرمت‌ها به اشتراک گذارده شوند.

- اشتراک داده با اتاق‌ها و اتحادیه: اتاق‌ها و اتحادیه‌های تعاونی به عنوان تشکیلات صنفی تعاونی‌ها نیز، در صورت دسترسی به برخی اطلاعات، با سهولت بیشتری می‌توانند به وظایف قانونی خود از جمله برنامه‌ریزی و تنظیم‌گری عمل کنند. امکان اشتراک برخی اطلاعات مربوط به تعاونی‌ها، با رعایت سطوح دسترسی و محرمانگی، با اتاق‌ها و اتحادیه‌ها، وجود دارد. این نوع داده‌ها نیز هم در سامانه‌ها و هم از طریق فرمت‌هایی نظیر XLS و غیره، قابل اشتراک‌گذاری است. در این‌جا شأن تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری اتاق‌ها و اتحادیه‌ها منظور است و موارد خاص نظیر انجمن رسیدگی به شکایت و انجمن داوری اتاق که در صورت شکایت می‌توانند به تمام اطلاعات شرکت دسترسی داشته باشند، مورد نظر نیست.
- اشتراک داده با پژوهش‌گران: شناخت مسائل شرکت‌های تعاونی، نیازمند وجود داده‌های خام اولیه است. اشتراک‌گذاری برخی داده‌ها با پژوهش‌گران با رعایت سطوح دسترسی و محرمانگی، می‌تواند این افراد را در تحلیل و بررسی مشکلات شرکت‌های تعاونی، کمک کند. منظور عموم پژوهش‌گران دانشگاهی یا غیردانشگاهی است که به صرف رسالت پژوهشی، مجاز به دسترسی به برخی اطلاعات مربوط به تعاونی‌ها هستند. موارد استثناء که در آن‌ها یک فرد یا تیم پژوهشی از طرف شرکت تعاونی استخدام می‌شود تا ضمن انجام پژوهش، به رفع مشکلات شرکت، کمک کند، منظور نیست.

### ۳-۴-۲. داده‌ی باز: شفافیت برای عموم

منظور از شفافیت برای عموم، داده‌هایی است که شرکت‌های تعاونی، در اختیار عموم مردم قرار می‌دهند. کاربران این داده‌ها ممکن است پژوهش‌گران، عموم مردم، فعالین جامعه‌ی مدنی، رقبا و هر فرد دیگری باشد. به عبار دیگر، هیچ محدودیتی از منظر کاربر، برای دسترسی به این داده‌ها، وجود ندارد. در ادبیات بین‌المللی، به انتشار اطلاعات برای عموم، «داده‌ی باز»<sup>۱</sup> گفته می‌شود. «داده‌ی باز» یعنی هر محتوا، اطلاعات یا داده‌ای که مردم بتوانند از آن رایگان استفاده کرده و توزیع نمایند، بدون آن‌که با محدودیت‌های قانونی، فنی یا

<sup>۱</sup>- Open Data

اجتماعی روبرو شوند. بنیاد دانش باز<sup>۱</sup> (Open Handbook Data, 2019) سه ویژگی اساسی برای باز بودن داده، مشخص کرده است:

- **وجود و امکان دسترسی:** اطلاعات بایستی در قالب یک کل، نهایتاً با هزینه‌ای معادل هزینه تولید آن‌ها، و ترجیحاً بوسیله دانلود از اینترنت، قابل دسترسی باشد. همچنین اطلاعات بایستی در قالب‌هایی مناسب و قابل تغییر در اختیار قرار گیرند.
- **استفاده و توزیع مجدد:** اطلاعات بایستی با گونه‌ای ارائه شوند که امکان استفاده و توزیع مجدد از آن‌ها وجود داشته باشد و بتوان آن‌ها را با اطلاعات سایر پایگاه‌های داده ترکیب نمود. این اطلاعات بایستی در قالب‌های «ماشین‌خوان»<sup>۲</sup> ارائه گردند.
- **مشارکت عمومی:** هر فردی بایستی بتواند از اطلاعات بهره‌بردار و آن‌ها را بازتوزیع کند. در این بایستی تبعیضی در مسیر تلاش فرد یا گروهی خاص قرار نداشته باشد؛ همچون محدودیت‌های «غیرتجاری»، که استفاده‌های تجاری را محدود می‌کند.

داده‌ی باز، مفهوم جدیدی است. ریشه‌ی آن در اعتقاد به این امر است که شهروندان باید به حجم انبوه اطلاعاتی که نهادهای دولتی و غیردولتی، در اختیار دارند، دسترسی داشته باشند. داده‌ی باز عبارت است از داده‌ای دیجیتالی که با مشخصات فنی و قانونی لازم برای استفاده و توزیع مجدد آزادانه، در هر زمان و هر مکان، در دسترس قرار دارد (Open Data Charter, 2016: 1). بانک جهانی، داده‌ی باز را این‌گونه تعریف کرده است: داده‌ها در صورتی باز محسوب می‌شوند که هر شخص بتواند به‌صورت رایگان، بدون محدودیت و برای هر منظوری از آن‌ها، استفاده و آن‌ها را مجدداً توزیع کند (World Bank, 2016).

---

<sup>1</sup>- Open Knowledge Foundation  
<sup>2</sup>- machine-readable

### ۱-۳-۴-۲. داده‌ی باز حکومتی

داده‌ی باز هم در بخش حکومتی و هم در بخش غیرحکومتی نظیر شرکت‌های خصوصی و تعاونی، خیریه‌ها، سمن‌ها، انجمن‌ها و غیره نیز قابل عملیاتی‌سازی است. به عبارت بهتر، انتشار هر داده‌ای که آگاهی عمومی نسبت به آن، ضرورت داشته باشد، در حوزه داده‌ی باز قرار می‌گیرد. در این بخش، ابتدا به دو مورد از تجربیات داده‌ی باز در سطح حکومتی و در ادامه یک نمونه از تجربیات بین‌المللی در زمینه داده‌ی باز شرکت‌های دنیا و یک نمونه نیز از داده‌ی باز شرکت‌های تعاونی در بریتانیا، اشاره شده است.

### شفافیت شهرداری‌های پرتغال برای عموم

داکروز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان «سنجش شفافیت دولت محلی» یک شاخص برای سنجش شفافیت در شهرداری‌های کشور پرتغال، تدوین کرده‌اند. این پژوهش‌گران، در ابتدا می‌کوشند تا ضمن شناسایی محدودیت‌های موجود در تدوین شاخص شفافیت، در پژوهش خود از این محدودیت‌ها فراتر روند. در این راستا، دو محدودیت از سوی آن‌ها شناسایی گردیده است: از نظر آن‌ها، دو محدودیت عمده در تدوین این شاخص، قابل شناسایی است: نخست این‌که، در مطالعات پیشین، شاخص‌ها دارای ابعاد<sup>۲</sup> و گویه‌های هم‌وزن بوده‌اند. به عبارت دیگر، در این پژوهش‌ها، توجهی به وزن‌دهی به ابعاد و گویه‌ها، نشده است. محدودیت دوم، سوگیری پاسخ‌دهندگان است. از نظر داکروز و همکاران، در عمده‌ی پژوهش‌های پیشین، مصاحبه‌شونده‌ها به نوعی در زمره‌ی ذی‌نفعان مسئله قرار داشته‌اند و همین مسئله منجر به ایجاد سوگیری در طراحی شاخص‌ها شده است. پژوهش‌گران در این پژوهش، کوشیده‌اند تا با طراحی تدابیری، از این محدودیت‌ها اجتناب کنند.

1- Da Cruz et al.

2- dimension

3 - indicator



پژوهش‌گران برای اجتناب از محدودیت‌های فوق، گام‌های زیر را طراحی کردند:

- ۱- در گام اول، گروهی از خبرگان، موسوم به «گروه مشاوران»<sup>۱</sup> شامل نمایندگان حکومتی و محلی، نمایندگان جنبش‌های مردمی، متخصصین دانشگاهی شناسایی و تشکیل شد.
- ۲- در گام دوم، با استفاده از ادبیات موضوعی و مطالعات پیشین، فهرستی از گویه‌ها و ابعاد شفافیت در سطح حکومتی و شهرداری تهیه گردید.
- ۳- در مرحله سوم، این فهرست طی جلسه‌ای به گروه مشاوران ارائه گردید و ارتباط هر گویه با مفهوم شفافیت از نظر اعضای گروه سنجیده شد.
- ۴- در نهایت پس از حذف یا تغییر برخی گویه‌ها، فهرست نهایی تهیه و طبق نظر خبرگان این شاخص‌ها در دسته‌های مختلف تقسیم‌بندی و وزن‌دهی شدند.

نتیجه اجرای این فرآیند در این پژوهش، استخراج ۷۶ گویه در ۷ بُعد شد. ابعاد شاخص تدوین شده،

به شرح زیر است:

۱. اطلاعات سازمانی، شاکله اجتماعی و عملیات اجرایی شهری (۱۸ گویه)
۲. برنامه‌ها و شیوه برنامه‌ریزی (۱۳ گویه)
۳. مالیات‌های محلی، نرخ‌ها، تعرفه خدمات و قوانین و مقررات (۵ گویه)
۴. میزان و کیفیت ارتباطات با شهروندان و ارباب‌رجوع (۸ گویه)
۵. تدارکات عمومی (۱۰ گویه)
۶. شفافیت اقتصادی و مالی (۱۲ گویه)
۷. برنامه‌ریزی شهری و مدیریت امور اراضی (۱۰ گویه)

---

<sup>۱</sup>- advisoray group



در جدول ۱۱- ابعاد و گویه‌های شاخص طراحی شده توسط داکروز و همکاران (۲۰۱۶)، آورده شده

است:

جدول ۱۱- ابعاد و گویه‌های شاخص طراحی شده توسط داکروز و همکاران (۲۰۱۶)

بُعد	گویه
۱- اطلاعات سازمانی، شاکله اجتماعی و عملیات اجرایی شهری	۱-۱- نقش و مسئولیت هر یک از اعضای شورای محلی
	۱-۲- شرح حال و رزومه هر یک از اعضای شورای محلی
	۱-۳- رایانامه هر یک از اعضای شورای محلی
	۱-۴- اظهارنامه دارایی‌های هر یک از اعضای شورای محلی
	۱-۵- ثبت منافع (مادی و غیرمادی) هر یک از اعضای شورای محلی
	۱-۶- هزینه‌های نمایندگی هر یک از اعضای شورای محلی
	۱-۷- لیست کامل اعضای کابینه شهردار و اعضای شورای شهر و مبالغ
	۱-۸- گزارش سالانه کارکنان (ترازنامه اجتماعی)
	۱-۹- لیست کارکنانی که مجاز به انباشته کردن وظایف عمومی و خصوصی هستند
	۱-۱۰- موقعیت‌های شغلی و آگهی‌های استخدامی
	۱-۱۱- برون‌سپاری‌ها و قراردادهای خدمات مشاوره‌ای (نوع و میزان)
	۱-۱۲- مستندات مرتبط با کارگزینی (اسامی اعضای هیئت جذب، فهرست پذیرفته‌شدگان و رد‌شدگان، شاخص‌های ارزیابی)
	۱-۱۳- اطلاعات عمومی در خصوص شایستگی‌های شورای محلی و مجمع شهری
	۱-۱۴- مرام‌نامه اخلاقی کارکنان شهرداری
	۱-۱۵- زمان‌بندی ملاقات‌های حضوری با شورای محلی و مجمع شهری
	۱-۱۶- میزان ملاقات‌های صورت گرفته در شورای محلی و مجمع شهری بر حسب دقیقه
	۱-۱۷- فهرست تصمیمات و مصوبات شورای محلی و مجمع شهری
	۱-۱۸- رایانامه‌های عمومی شورای محلی، مجمع شهری و مجالس مدنی
۲- برنامه‌ها و شیوه برنامه‌ریزی	۲-۱- گزارش سالانه
	۲-۲- گزارش پایداری
	۲-۳- گزارش انطباق اساسنامه حاکم بر حق مخالفت

بُعد	گویه	
	۲-۴- برنامه راهبردی	
	۲-۵- راهبرد دستورالعمل ۲۱ محلی	
	۲-۶- برنامه کاری عمومی شهرداری	
	۲-۷- برنامه محیط زیستی محلی	
	۲-۸- برنامه آموزشی محلی	
	۲-۹- برنامه فوریت‌های محلی (حفاظت مدنی)	
	۲-۱۰- برنامه مدیریت پسماندهای محلی	
	۲-۱۱- گزارش استانداردهای ارائه خدمات و شکایات اعلام‌شده در این خصوص	
	۲-۱۲- برنامه محلی برای فعالیت‌های فرهنگی	
	۲-۱۳- ارزیابی ریسک فساد محلی و برنامه پیشگیری از آن	
	۳- مالیات‌های محلی، نرخ‌ها، تعرفه خدمات و قوانین و مقررات	۳-۱- قوانین و مقررات شهرداری
		۳-۲- اطلاعات مرتبط با نظام مدیریت کیفیت خدمات شهرداری
۳-۳- اطلاعات مرتبط با دارایی‌ها و متعلقات شورای محلی		
۳-۴- خبرنامه شورای محلی		
۳-۵- اطلاعات مرتبط با مالیات‌های محلی، قیمت‌ها، تعرفه‌ها و هزینه خدمات		
۴- میزان و کیفیت ارتباطات با شهروندان و ارباب رجوع	۴-۱- موتور جستجوگر تارنمای شهرداری	
	۴-۲- پل‌های ارتباطی در شبکه‌های ارتباطات جمعی	
	۴-۳- اطلاعات و گزارشات شهروندان در خصوص وقفه‌ها و تعطیلی‌ها در جریان ارائه خدمات در شهرداری	
	۴-۴- سیستم درخواست و پیگیری درخواست به صورت برخط برای شهروندان	
	۴-۵- رایانامه و اطلاعات تماس دادرسان شهرداری (برای رسیدگی به شکایات ارباب رجوع)	
	۴-۶- اطلاعات مرتبط با ساعات کاری شهرداری	
	۴-۷- اطلاعات مرتبط با پیش‌نویس‌ها، تصمیمات و مصوبات یارانه‌ها، حق امتیازها و حق استفاده از دارایی‌های عمومی	
	۴-۸- نظام رسیدگی به شکایات در شهرداری	
۵- تدارکات عمومی	۵-۱- تدارکات عمومی در خصوص روبه‌های غیررقابتی	
	۵-۲- مستندات مرتبط با تدارکات عمومی	
	۵-۳- گزارشات مرتبط با ارزیابی پیشنهادات ارائه‌شده به مناقصات عمومی	
	۵-۴- انتشار نام برندگان و بازندگان مناقصات برای هر قرارداد	
	۵-۵- انتشار مشخصات پیشنهادات برنده شده در مناقصات	



اندیشکده شفافیت برای ایران

### تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

بُعد	گویه
۶- شفافیت اقتصادی و مالی	۵-۶- دسترسی به قراردادهای منعقد شده با پیمانکاران و تأمین کنندگان
	۵-۷- گزارشات مرتبط با نظارت و ارزیابی عملکرد پیمانکاران، تأمین کنندگان و ارائه دهندگان خدمات
	۵-۸- اطلاعات مرتبط با تعداد قراردادهای منعقد شده با هر تأمین کننده، پیمانکار و یا ارائه دهنده خدمات
	۵-۹- گزارش میزان اضافه کاری انجام شده برای هر قرارداد
	۵-۱۰- گزارشات و اطلاعات مرتبط با نظرات کارشناسان، تأییدیه‌ها و ممیزی‌ها
	۶-۱- بودجه سالانه
	۶-۲- ترازنامه
	۶-۳- صورت حساب درآمد
	۶-۴- گزارش‌های مدیریتی
	۶-۵- صورت حساب جریان نقدینگی
۷- برنامه‌ریزی شهری و مدیریت امور اراضی	۶-۶- نقشه اجرایی بودجه (درآمدها و هزینه‌ها)
	۶-۷- اجرای برنامه سرمایه‌گذاری چندین ساله
	۶-۸- سرمایه‌گذاری عمومی به ازای هر مجمع مدنی
	۶-۹- اطلاعات مرتبط با اصلاحیه سالانه بودجه
	۶-۱۰- فهرست پرداختی‌ها به تأمین کنندگان و تاریخ سررسید هر یک
	۶-۱۱- فهرست وام‌های بانکی و تاریخ سررسید هر یک
	۶-۱۲- فهرست فاکتور هزینه‌ها و دیگر بدهی‌ها به اشخاص ثالث
	۷-۱- تعبیه یک بخش ویژه برای برنامه‌ریزی شهری و مدیریت امور اراضی در صفحه اصلی تارنمای شهرداری
	۷-۲- برنامه جامع توسعه شهری و گزارش نهایی
	۷-۳- سامانه اطلاعات جغرافیایی (GIS) مرتبط با استفاده از اراضی
۷-۴- شهرسازی و جزئیات برنامه‌های منطقه‌بندی اراضی	
۷-۵- نتایج حاصل از مشاوره‌های عمومی در رابطه با برنامه‌های منطقه‌ای شهرداری	
۷-۶- وضعیت گزارشات مرتبط با برنامه‌ریزی شهری	
۷-۷- خلاصه نظرات بخش خدمات برنامه‌ریزی شهری در خصوص امور ملکی و تغییرات احتمالی اعمال شده در رابطه با پروژه‌های قبلی و یا به اتمام رسیده	

بُعد	گویه
	۷-۸- فهرست اراضی قابل فروش و دادوستد در شهرداری و مکان و متراژ هر یک
	۷-۹- فهرست اراضی قابل انتقال به غیر که پیش از این در اختیار بخش عمومی بوده و قیمت هرکدام
	۷-۱۰- فهرست اراضی قابل اعطاء و حقوق توسعه شهری مرتبط با هرکدام

در تهیه فهرست نهایی شاخص شفافیت شهرداری، صرفاً بر ویژگی‌های مشترک شهرداری‌ها تمرکز شده است و شرایط اختصاصی هرکدام در نظر گرفته نشده است. برخی از گویه‌های موجود در این شاخص، دارای پشتوانه‌ی قانونی هستند و سایر گویه‌ها نیز بر اساس نظر گروه مشاوران، گنجانده شده‌اند. وزن شاخص‌ها و ارزیابی نهایی آن‌ها و امتیازدهی به واحدهای تحت بررسی نیز طی یک جلسه گروهی با حضور گروه مشاوران و با استفاده از یک مقیاس ۱۵ نقطه‌ای برای سنجش میزان شفافیت مرتبط با هر شاخص انجام شد.

### شاخص شفافیت اطلاعات در سطح بین‌المللی

ویلیامز<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «شاخص جهانی شفافیت اطلاعات و مسئولیت‌پذیری» بر لزوم ارائه یک مدل جهت اندازه‌گیری شفافیت در سطح بین‌المللی، تأکید کرده است. این پژوهش‌گر با استفاده از پایگاه‌های داده‌ی مختلف، اقدام به طراحی شاخص کرده است. ویلیامز در این مقاله، پس از ارائه تعاریف مرتبط با شفافیت و مرور پیشینه این حوزه، مدل مفهومی خود را بر پایه دو مکانیسم ارائه کرده است: (۱) شفافیت اطلاعات به مثابه مکانیسمی جهت افزایش کمیّت و کیفیت اطلاعات در دسترس ذی‌نفعان موضوع، (۲) شفافیت به مثابه یک مکانیسم کنترلی با هدف الزام مقام‌های دولتی برای پاسخ‌گویی در قبال اعمال‌شان. در زیر مدل مفهومی ارائه‌شده توسط ویلیامز ارائه‌شده است:



شکل ۸- چارچوب مفهومی ویلیامز درباره شفافیت

<sup>1</sup>- Andrew Williams

در مدل مفهومی فوق، شاخص‌های در نظر گرفته‌شده برای ارزیابی شفافیت، سنجه‌های اندازه‌گیری و همچنین شیوه اندازه‌گیری به صورت زیر است:

جدول ۱۲- جدول شاخص شفافیت ویلیامز (۲۰۱۵)

بُعد	گویه	توضیحات	زیر گویه
شفافیت اطلاعات	کمیت اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و مالی	تعداد اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و مالی که از طرف دولت منتشر می‌شود به عنوان مقدار این شاخص در نظر گرفته می‌شود. بدیهی است ماهیت این شاخص مثبت است؛ بدین معنی که هرچقدر کمیت اطلاعات منتشر شده بیش‌تر باشد، امتیاز این شاخص بالاتر خواهد بود. مقدار این شاخص از داده‌های موجود در تعدادی از پایگاه‌های داده جهانی بدست می‌آید.	میزان اطلاعات مالی منتشر شده؛ با استفاده از داده‌های پایگاه داده «آمار مالی بین‌المللی (IMF)»
			میزان اطلاعات اقتصادی و اجتماعی منتشر شده؛ بر پایه داده‌های مرتبط با شاخص‌های توسعه جهانی در بانک جهانی
			اطلاعات منتشر شده در مورد تبادلات تجاری؛ با استفاده از داده‌های پایگاه داده «آمار مالی بین‌المللی (IMF)»
			شفافیت بانک مرکزی
			پایگاه داده مشخصات سازمانی (IPD)
شفافیت اطلاعات	کیفیت و فرآیندهای مولد داده‌های اقتصادی، اجتماعی و مالی	از این شاخص برای پاسخ به این پرسش استفاده می‌شود که آیا اطلاعات مالی و اقتصادی با استفاده از فرآیند مناسبی تولید می‌شود؟ مقدار این شاخص از داده‌های موجود در تعدادی از پایگاه‌های داده جهانی بدست می‌آید.	شاخص ظرفیت آماری
			شاخص آشکارسازی بانکی <sup>۱</sup>
			پایگاه داده مشخصات سازمانی (IPD)؛ استفاده از مؤلفه‌های: «B۶۰۰»؛ اطلاعات مرتبط با وضعیت شرکت‌ها، «C۶۰۱»؛ اطلاعات مرتبط با وضعیت بانک‌ها
			شفافیت بانک مرکزی
زیرساخت‌های ارتباطی	تمرکز اصلی در این شاخص بر زیرساخت‌های ارتباطی است. به عبارت دیگر منظور راه‌های ارتباطی است که اطلاعات از طریق آن‌ها منتشر می‌شود.	شاخص جهانی‌سازی KOF: از زیر شاخص جریان اطلاعات با هدف تعیین نسبت استفاده‌کنندگان از اینترنت، تلویزیون و روزنامه استفاده می‌شود. نسبت تعداد استفاده‌کنندگان از رادیو؛ برای کشورهایی که هنوز از رادیو به‌عنوان یک پل ارتباطی برای نشر اطلاعات استفاده می‌کنند.	داده‌های مرتبط با دولت الکترونیک: نسبت تعداد افرادی که از طریق دولت الکترونیک می‌توانند با نهادهای مورد نیاز در ارتباط باشند.
			داده‌های پایگاه خانه آزادی <sup>۲</sup> :
			پایگاه داده حقوق بشر (CIRI <sup>۳</sup> )
پاسخ‌گویی	رسانه آزاد و مستقل	با استفاده از این شاخص تعداد رسانه‌های مستقل و آزاد و همچنین میزان اطلاعاتی	پایگاه داده مشخصات سازمانی (IPD)

1- Bank disclosure index

2- Freedom House

3- Cingranelli-Richards



اندیشکده شفافیت برای ایران

## تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

بُعد	گویه	توضیحات	زیر گویه	
		که این رسانه‌ها باز نشر می‌کنند، مورد بررسی قرار می‌گیرد.	میزان آزادی خبرنگاران با استفاده از شاخص ( Reporters Sans Frontières )	
			شاخص پایداری رسانه <sup>۱</sup>	
			توانایی رسانه جهت گزارش فساد با استفاده از شاخص‌های گزارش سلامت جهانی <sup>۲</sup>	
	شفافیت مالی		-	میزان انتشار اطلاعات مالی تعداد سندهای منتشر شده مرتبط با اطلاعات مالی
				پایگاه داده مشخصات سازمانی (IPD)؛
				شاخص بودجه باز
	موانع قانونی	اشاره به مواردی دارد که موجب تضعیف قدرت تصمیم‌گیری در شرایط اجرایی دارد	شاخص تخصیص منابع IDA	
			-	

<sup>1</sup>- Media Sustainability index

<sup>2</sup>- Global integrity report



---

## ۲-۴-۳-۲. داده‌ی باز شرکتی

منظور از داده‌ی باز شرکتی، اطلاعاتی است که انواع شرکت‌ها، اعم از دولتی، خصوصی و تعاونی، در اختیار عموم مردم قرار می‌دهند. در برخی موارد وجود قوانین ملی و بین‌المللی و فشارهای رسانه‌ای، شرکت‌ها را وادار به انتشار اطلاعات کند در مواردی نیز ممکن است انتشار اطلاعات از سوی شرکت‌ها به صورت داوطلبانه و بدون اجبار رسمی و غیررسمی صورت پذیرد. در ادامه یک تجربه از شرکت‌های خصوصی و یک تجربه از شرکت‌های تعاونی ذکر شده است. در تجربه شفافیت شرکت‌های خصوصی در دنیا به پایگاه داده‌ی باز شرکت‌های دنیا و در تجربه تعاونی به تجربه ملی (بریتانیا) در شفافیت شرکت‌های تعاونی، اشاره شده است.

### پایگاه داده‌ی باز شرکت‌های دنیا<sup>۱</sup>

در راستای شفافیت شرکت‌های خصوصی، پایگاه داده‌ی باز شرکت‌های دنیا<sup>۲</sup> اطلاعات قریب به ۱۸۹ میلیون شرکت در دنیا را منتشر کرده است. هدف اصلی این پایگاه داده، این‌گونه ذکر شده است: «شفافیت شرکتی، یک الزام مهم برای جامعه‌ی عادلانه‌تر است. این نوع شفافیت، برای اطمینان از این‌که، تک‌تک افراد جامعه، می‌دانند با چه کسی و برای چه کسی کار می‌کنند، برای مبارزه با فساد و جرم، محافظت از دموکراسی و ایجاد محیط کسب‌وکار و جامعه‌ای مطمئن، مهم است». به‌طور مثال، با جستجوی شرکت بریتیش پترولیوم<sup>۳</sup> با نتیجه زیر مواجه می‌شویم:

---

<sup>۱</sup>- The Open Database Of The Corporate World

<sup>۲</sup>- <https://opencorporates.com/>

<sup>۳</sup>- British Petroleum



اندیشکده شفافیت برای ایران

## تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

opencorporates

The Open Database Of The Corporate World

Company name or number

SEARCH



Companies Officers

Log in/Sign up

### BP P.L.C.

<b>Company Number</b>	00102498
<b>Other Identifiers</b>	SEC CIK number: 313807
<b>Status</b>	Active
<b>Incorporation Date</b>	14 April 1909 (over 110 years ago)
<b>Company Type</b>	Public Limited Company
<b>Jurisdiction</b>	United Kingdom
<b>Registered Address</b>	1 St James's Square London SW1Y 4PD United Kingdom
<b>Latest Accounts Date</b>	2018-12-31
<b>Annual Return Last Made U...</b>	2016-05-05
<b>Previous Names</b>	BP AMOCO P.L.C. THE BRITISH PETROLEUM COMPANY P.L.C.
<b>Directors / Officers</b>	ALISON JANE CARNWATH, director, 21 May 2018- ANN PATRICIA DOWLING, director, 3 Feb 2012- ANTONY BURGEMANS, director, 5 Feb 2004- BENEDICT JOHN SPURWAY MATHEWS, secretary, 7 May 2019- BRENDAN ROBERT NELSON, director, 8 Nov 2010- BRIAN GILVARY, director, 1 Jan 2012- DENISE DILLON, secretary, 19 May 2017- FREEDOM PHUTHUMA NHLEKO, director, 1 Feb 2011- HANNAH ASHDOWN, secretary, 2 Feb 2012- HELGE LUND, director, 26 Jul 2018- <a href="#">SEE ALL</a>
<b>Inactive Directors / Officers</b>	ALAN BOECKMANN, director, 24 Jul 2014-21 May 2019 ANDREW BARKLEY SHILSTON, director, 1 Jan 2012-17 May 2017 ANDREW GEORGE INGLIS, director, 1 Feb 2007-31 Oct 2010

#### Company network

Not yet available for this company. Click to find out more

#### Latest Events

- 2019-05-07 Addition of officer BENEDICT JOHN SPURWAY MATHEWS, secretary
- 2019-05-21 Removal of officer ALAN BOECKMANN, director
- 2019-05-21 Removal of officer FRANK LEE ("SKIP") BOWMAN, director

[See all events](#)

#### Corporate Grouping USER CONTRIBUTED

- BP 106**
- Others in this grouping (See all 106)
- AIR BP LIMITED** (United Kingdom, 11 Dec 1973- )
  - AVIATION FUEL SERVICES LIMITED** (United Kingdom, 31 Jan 1964- )
  - BP AFRICA LIMITED** (United Kingdom, 10 Nov 1971- )
  - BP ALTERNATIVE ENERGY HOLDINGS LIMITED** (United Kingdom, 25 Jun 1990- )
  - BP TECHNOLOGY VENTURES LIMITED** (United Kingdom, 27 Mar 1981- )
  - BP AMOCO EXPLORATION (FORTIES) LIMITED** (United Kingdom, 3 Jun 1999-13 Mar 2013)
  - BP+AMOCO INTERNATIONAL LIMITED** (United Kingdom, 27 Jul 1998- )
  - BP ASIA PACIFIC HOLDINGS LIMITED** (United Kingdom, 5 Feb 1973- )
  - BP (BARBICAN) LIMITED** (United Kingdom, 11 Dec 1973- )

شکل ۹- شفافیت شرکت بریتیش پترولیوم در پایگاه داده شفافیت شرکت‌های دنیا

برخی از اطلاعات مهمی که در این پایگاه داده برای هر شرکت، منتشر می‌شوند، به شرح زیر است:

- شماره یا کد شرکت
- وضعیت شرکت (فعال/غیرفعال)
- تاریخ تأسیس شرکت
- نوع شرکت (سهامی عام، مسئولیت محدود و ...)
- کشور ثبتی شرکت
- آدرس ثبتی شرکت
- آخرین تاریخ انتشار اطلاعات مالی
- اسامی سابق شرکت

- اسامی اعضای هیئت‌مدیره و مدیران شرکت به همراه سمت و تاریخ شروع به کار
- اسامی اعضای سابق هیئت‌مدیره شرکت و تاریخ فعالیت
- وبسایت اصلی شرکت
- اظهارنامه کنترل شرکت<sup>۱</sup>: منظور این است که شرکت چگونه کنترل می‌شود. مثلاً در آخرین به‌روز رسانی این گونه درج شده است: مالکیت سهام، حقوق رای‌دهی برای انتصاب یا عزل اعضای هیئت‌مدیره
- آدرس شعب شرکت در دنیا
- وضعیت ثبت برند شرکت و تاریخ انقضاء و سایر اطلاعات مربوط
- آخرین تغییرات مهم در هیئت‌مدیره و مدیران شرکت

### داده‌های باز شرکت‌های تعاونی در بریتانیا

نقطه‌ی آغاز شفافیت شرکت‌های تعاونی برای عموم مردم در دنیا را می‌توان سال ۲۰۱۲ دانست. در این سال، در نشست بین‌المللی تعاونی‌ها در کبک کانادا، خانم هوگت لیبل<sup>۲</sup>، رئیس وقت سازمان مردم‌نهاد شفافیت بین‌الملل<sup>۳</sup> به عنوان سخنران افتتاحیه، شفافیت در شرکت‌های تعاونی را به عنوان یک امر ضروری دانست و به شاخص طراحی شده توسط سازمان شفافیت بین‌الملل تحت عنوان «شفافیت شرکتی»<sup>۴</sup> اشاره کرد.<sup>۵</sup> در همان سال، یک کمپین، تحت عنوان I am Open توسط شبکه تعاونی‌های بریتانیا<sup>۶</sup> راه‌اندازی شد. خروجی این کمپین، راه‌اندازی پایگاه داده‌های باز تعاونی‌های بریتانیا<sup>۷</sup> در سال ۲۰۱۲ بود. این وبسایت علاوه بر فعالیت در حوزه‌های آموزشی و ترویجی، سالانه اطلاعاتی را درباره‌ی شرکت‌های تعاونی در اختیار عموم قرار می‌دهد. در بخش داده‌های باز این وبسایت<sup>۸</sup>، اطلاعات برخط و گزارش‌های سالانه درباره‌ی شرکت‌ها تعاونی در بریتانیا، به صورت کمی و گرافیکی، در معرض دید عموم قرار گرفته است. گزارش مربوط به سال ۲۰۱۹ در این لینک<sup>۹</sup> قابل دانلود است. در شکل زیر یک اینفوگرافی مربوط به بخش تعاون اقتصاد بریتانیا، قابل ملاحظه است.

1- Statements of control

2- Huguette Labelle

3- Transparency International (TI)

4- Corporate Transparency

5- <https://www.thenews.coop/38619/topic/democracy/global-corruption-problem-cooperatives>

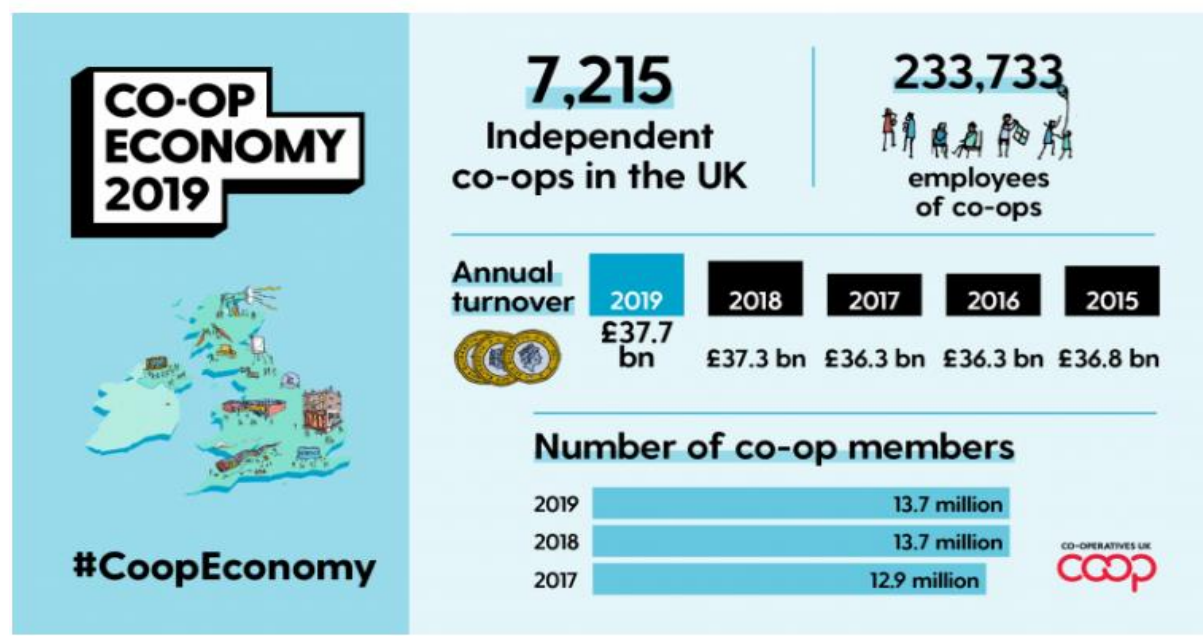
6- Co-Operatives UK

7- [www.uk.coop](http://www.uk.coop)

8- <https://www.uk.coop/open-data/explorer>

9- [https://www.uk.coop/sites/default/files/uploads/attachments/co-op\\_economy\\_2019\\_0.pdf](https://www.uk.coop/sites/default/files/uploads/attachments/co-op_economy_2019_0.pdf)

## The Co-op Economy 2019



شکل ۱۰- اینفوگرافی بخش تعاون در بریتانیا (۲۰۱۹)

در گزارش سالانه شرکت‌های تعاونی در بریتانیا، اطلاعات در چهار دسته منتشر می‌شوند:

- ۱- مجموعه داده‌های سازمان‌های تعاونی<sup>۱</sup>
- ۲- مجموعه داده‌های اقتصادی تعاونی<sup>۲</sup>
- ۳- بازارهای فروش<sup>۳</sup>: این مجموعه داده، مربوط به فروشگاه‌ها، شعب، آژانس‌ها و غیره یک شرکت است.
- ۴- تقسیمات کشوری<sup>۴</sup>: این بُعد مربوط به کدپستی محل ثبت شرکت است.

1- Co-Operative Organisations Dataset  
2- Co-operative Economy Dataset  
3- Outlets  
4- Administrative Areas

جدول ۱۳- ابعاد و گویه‌های داده‌ی باز تعاونی‌های بریتانیا

توضیحات	گویه	بُعد
شماره شناسایی سازمانی یک شناسه یکتا برای شناسایی تعاونی‌های بریتانیا است. با استفاده از این شماره اطلاعات مرتبط با هر شرکت در پایگاه‌های داده قابل ثبت و پیگیری است.	شماره شناسایی سازمانی شرکت تعاونی بریتانیا <sup>۱</sup>	مجموعه داده سازمان‌های تعاونی
شناسه یکتایی که یک مرکز ثبت حقوقی به هر تعاونی در بریتانیا تخصیص می‌دهد. شایان ذکر است با توجه به این‌که هر مرکز ثبت سیستم شماره‌دهی خاص خود را دارد، ممکن است این شناسه‌ها برای هر تعاونی یکتا نباشد.	شماره ثبت <sup>۲</sup>	
منظور مرکزی است که هر تعاونی در آن ثبت شده است.	مرکز ثبت <sup>۳</sup>	
نام ثبت شده تعاونی در مرکز ثبت حقوقی: نام ثبت‌شده تعاونی ممکن است با نام کالا یا خدمتی که آن شرکت ارائه می‌دهد، متفاوت باشد.	نام تجاری/نام ثبت شده <sup>۴</sup>	
منظور فرم ثبت حقوقی است.	فرم حقوقی <sup>۵</sup>	
کُدی است که بر اساس طبقه‌بندی صنایع در بریتانیا به هر شرکت تخصیص داده می‌شود.	آدرس ثبت‌شده <sup>۶</sup>	
در این‌جا، تعاونی‌ها بر اساس استاندارد دسته‌بندی صنعت سال ۲۰۰۷ بریتانیا، دسته‌بندی می‌شوند.	بخش <sup>۷</sup>	
کُدی است که بر اساس طبقه‌بندی تعاونی‌ها در بریتانیا به هر شرکت تخصیص داده می‌شود.	بخش - ساده‌شده، سطح بالا <sup>۸</sup>	
مشخص می‌کند چه کسانی عضو شرکت تعاونی هستند.	طبقه‌بندی مالکیت <sup>۹</sup>	
دو وضعیت برای این شاخص قابل گزارش است: ۱- در حال عمل و ۲- منحل‌شده. شایان ذکر است اطلاعات یک شرکت منحل شده صرفاً در صورتی که طی ۵ سال اخیر منحل شده باشد، گزارش می‌شود.	وضعیت ثبت <sup>۱۰</sup>	
تاریخی که شخصیت حقوقی شرکت به طور رسمی ثبت می‌شود.	تاریخ ثبت شخصیت حقوقی شرکت <sup>۱۱</sup>	

1- CUK organization ID

2- Registered Number

3- Registrar

4- Registered Name/Trading Name

5- Legal Form

6- Registered address, country and region

7- Sector

8- Sector-Simplified, High Level

9- Ownership Classifications

10- Registered Status

11- Incorporation Date



اندیشکده شفافیت برای ایران

## تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

توضیحات	گویه	بُعد
تاریخی که شرکت تعاونی رسماً منحل شده است.	تاریخ انحلال <sup>۱</sup>	مجموعه داده اقتصادی تعاونی
حجم خالص سالانه فروش تمام کسورات و مالیات‌ها	گردش مالی <sup>۲</sup>	
جمع سود شرکت از کسر تمام هزینه‌ها و پرداختی‌ها قبل از پرداخت مالیات	سود قبل از مالیات <sup>۳</sup>	
وجوه سهام‌داران به میزان سهام در یک شرکت اشاره دارد که متعلق به سهام‌داران است.	وجوه اعضاء/سهام‌داران <sup>۴</sup>	
مجموع تعداد اعضای شرکت	عضویت <sup>۵</sup>	
تعداد کارکنان شرکت	کارکنان <sup>۶</sup>	
نشان می‌دهد که آیا این آمار و ارقام به روز هستند یا خیر	به‌روز بودن داده‌ها <sup>۷</sup>	
تاریخ اتمام محاسبات مالی شرکت	پایان سال مالی <sup>۸</sup>	
سال انتشار گزارش مالی اتحادیه تعاونی‌های بریتانیا	سال اقتصادی <sup>۹</sup>	
منبع اخذ داده‌ها (ثبتي یا اخذ مستقیم از شرکت‌ها)	منبع <sup>۱۰</sup>	
کدی است که از سوی اتحادیه تعاونی‌های بریتانیا به تعاونی‌ها داده شده است	کد CUK <sup>۱۱</sup>	بازارهای فروش
عنوان حوزه تجاری شرکت	عنوان بازار فروش <sup>۱۲</sup>	
آدرس شرکت	آدرس	

- 1- Dissolved Date
- 2- Turnover
- 3- Profit before tax
- 4- Member/Shareholders funds
- 5- Membership
- 6- Employees
- 7- Is Most Recent?
- 8- Year End Date
- 9- Economic Year
- 10- Source
- 11- CUK Outlet ID
- 12- Outlet Name

توضیحات	گویه	بُعد
توضیحات مربوط به ساعات کار شرکت، خدمات شرکت و غیره	توصیف	
شماره تماس شرکت	تلفن	
آدرس وبسایت شرکت	وبسایت	
نوع محدوده ثبت رسمی شرکت	نوع محدوده <sup>۱</sup>	تقسیمات کشوری
عنوان محدوده ثبت شرکت	عنوان محدوده <sup>۲</sup>	

<sup>1</sup>- Area Type  
<sup>2</sup>- Area Name

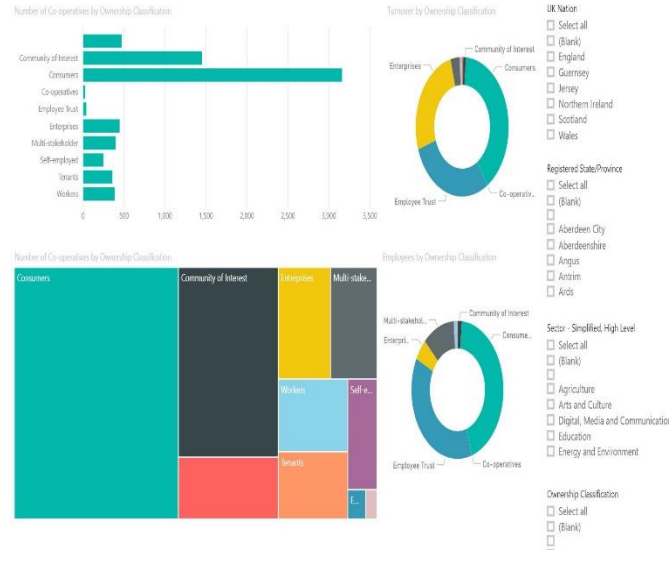
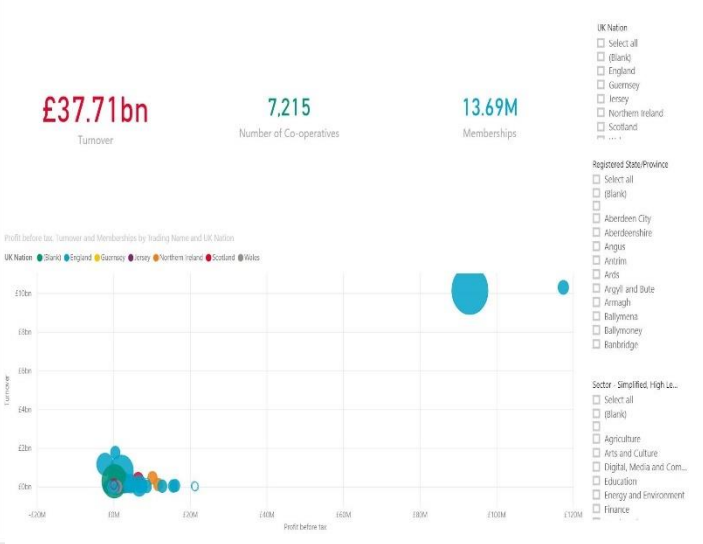
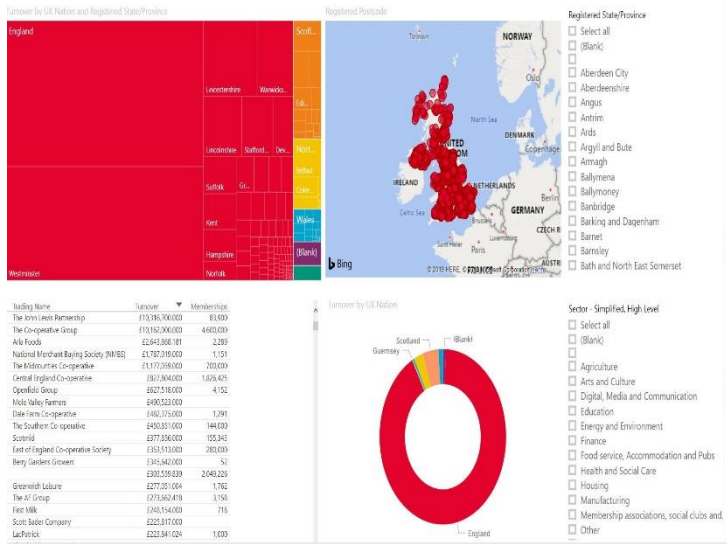


انديشكده شفافيت براي ايران

# تدوين شاخص شفافيت براي شركت‌هاي تعاوني در ايران



معاونت امور تعاون



شكل ۱۱ - صفحه اطلاعات كلي تعاوني‌ها در بریتانیا



CUK Organisation ID	Registered Name	Year End Date	Turnover	Memberships	Employees	Profit before tax	Member/Str	UK Nation	Registered State/Province	Sector - Simplified, High Level
R002919	John Lewis Partnership PLC	1/26/2019 12:00:00 AM	£10,316,700,000	83,900	83,900	£117,400,000		<input type="checkbox"/> Select all		<input type="checkbox"/> Select all
R000001	Co-operative Group Limited	1/5/2019 12:00:00 AM	£10,162,000,000	4,600,000	62,786	£93,000,000		<input type="checkbox"/> (Blank)		<input type="checkbox"/> (Blank)
R027465	Arla Foods Limited	12/31/2018 12:00:00 AM	£2,643,868,181	2,289	3,493			<input type="checkbox"/> England		<input type="checkbox"/> Agriculture
R009564	National Merchant Buying Society Limited	12/31/2018 12:00:00 AM	£1,787,019,000	1,151	53	£386,000		<input type="checkbox"/> Guernsey		<input type="checkbox"/> Arts and Culture
R000004	The Midcounties Co-operative Limited	1/27/2019 12:00:00 AM	£1,177,059,000	700,000	8,513	-£2,277,000		<input type="checkbox"/> Jersey		<input type="checkbox"/> Digital, Media and Communication
R000003	Central England Co-operative Limited	1/26/2019 12:00:00 AM	£827,804,000	1,826,425	8,162	£2,007,000		<input type="checkbox"/> Northern Ireland		<input type="checkbox"/> Education
R005342	Openfield Group Limited	6/30/2018 12:00:00 AM	£627,518,000	4,152	226	£416,000		<input type="checkbox"/> Scotland		<input type="checkbox"/> Energy and Environment
R005754	Mole Valley Farmers Limited	9/30/2018 12:00:00 AM	£490,523,000		2,018	£1,415,000		<input type="checkbox"/> ...		<input type="checkbox"/> Finance
R004987	Dale Farm Co-operative Limited	3/31/2018 12:00:00 AM	£482,375,000	1,291	1,094	£10,101,000				<input type="checkbox"/> Food service, Accommodation and Pubs
R000010	The Southern Co-operative	1/27/2019 12:00:00 AM	£450,851,000	144,000	4,449	£42,000				<input type="checkbox"/> Health and Social Care
R000008	Scottish Midland Co-operative Society Limited	1/27/2019 12:00:00 AM	£377,856,000	155,343	3,919	£6,360,000				
R000007	East of England Co-operative Society	1/26/2019 12:00:00 AM	£353,513,000	280,000	4,282	£2,567,000				
R010582	Berry Gardens Growers Limited	12/31/2017 12:00:00 AM	£345,642,000	52	409	£4,289,000				
R000178	Greenwich Leisure Limited	12/31/2017 12:00:00 AM	£277,051,004	1,762	10,650	£601,593				
R012898	Anglia Farmers Limited	1/31/2019 12:00:00 AM	£273,662,418	3,158	146	£1,066,321				
R002998	First Milk Limited	3/31/2018 12:00:00 AM	£248,154,000	718	260	£3,431,000				
R002019	Scott Bader Company Limited	12/31/2018 12:00:00 AM	£225,817,000		705	£8,618,000				
R001684	LacPatrick Dairies (NI) Limited	12/31/2017 12:00:00 AM	£223,841,024	1,000	229	£2,210,630				
R000009	Lincolnshire Co-operative Limited	9/1/2018 12:00:00 AM	£213,626,000	285,813	2,012	-£1,000				
R003335	Fram Farmers Limited	6/30/2018 12:00:00 AM	£194,748,551	1,189	51	£665,523				
		9/30/2018 12:00:00 AM	£193,329,787	2,048,767						
R000015	The Channel Islands Co-operative Society Limited	1/14/2019 12:00:00 AM	£183,609,000	128,350	1,146	£1,705,000				
R005712	United Oilseed Producers Limited	6/30/2018 12:00:00 AM	£156,119,771	3,257	30	£85,244				
R005653	GrainCo Limited	6/30/2018 12:00:00 AM	£151,964,582		62	£1,953,191				
R000045	Fane Valley Co-operative Society Limited	9/30/2018 12:00:00 AM	£135,793,000	1,125	365	£11,578,000				
R003210	ANM Group Limited	12/31/2017 12:00:00 AM	£124,703,000		198	£10,000				
R011564	Woldmarsh Producers Limited	12/31/2018 12:00:00 AM	£114,715,438	1,027	27	£226,503				
			£110,230,052	459	52	£150,527				
R005707	Farm Fresh PO Limited	12/31/2017 12:00:00 AM	£102,279,737	13	23	£900,383				
R003333	Brandsby Agricultural Trading Association Limited	9/30/2018 12:00:00 AM	£101,922,864	4,067	256	£2,388,853				
R003254	United Farmers Limited	12/31/2017 12:00:00 AM	£100,291,103	23	6	£17,099				
R003639	Organic Milk Suppliers Co-operative Limited	3/31/2017 12:00:00 AM	£92,054,000	200	19	£561,000				
R003250	Agricultural Central Trading Limited	6/30/2017 12:00:00 AM	£91,218,794	3,766	99	£309,514				
R005726	Yorkshire Farmers Livestock Marketing Limited	1/31/2018 12:00:00 AM	£87,606,873	264	9	£289,744				
R000019	Chelmsford Star Co-operative Society Limited	1/26/2019 12:00:00 AM	£83,601,696	87,368	884	£139,654				
R010163	International Exhibition Co-operative Wine Society Limited	1/26/2018 12:00:00 AM	£82,032,000	141,000	235	£978,000				
R005674	Meadow Quality Limited	12/31/2016 12:00:00 AM	£80,359,010		39	£213,983				
R005649	G's Growers Limited	5/6/2017 12:00:00 AM	£78,842,000	22	329	£295,000				
R000019	Heart of England Co-operative Society	1/19/2019 12:00:00 AM	£74,203,000	137,500	716	£2,768,000				
R000001	Co-operative Food Limited	3/31/2018 12:00:00 AM	£73,832,000	7		£16,015,000				
R002475	Wealden Leisure Limited	3/31/2018 12:00:00 AM	£67,440,699	7	4,374	£593,688				
R007632	Aquascot Limited	1/31/2018 12:00:00 AM	£63,622,428	168	168	£840,962				

شکل ۱۲- اطلاعات منتشر شده از شرکت‌های تعاونی در سامانه داده‌ی باز بریتانیا

## ۲-۵. چارچوب مفهومی

برای فهم مفهوم شفافیت در این پژوهش، از اصول شش گانه شفافیت که در بخش مقدمه، ذکر گردید، استفاده شده است. این اصول در جدول زیر خلاصه شده است.

### ۲-۵-۱. اصول محوری شفافیت

همان گونه که در مقدمه ذکر شد، شش اصل اساسی برای شفافیت باید متصور شد. هر نوع انتشار داده که به این اصول توجه نکند، از مرزهای شفافیت خارج می شود. خلاصه مباحث مطرح شده در مقدمه، در جدول زیر به عنوان اصول محوری شفافیت آورده شده است. این اصول راهنمای کلی پژوهش حاضر هستند.

جدول ۱۴- اصول محوری شفافیت

ردیف	اصول	توضیح	مرزهای شفافیت
۱	نوع اطلاعات (What)	انتشار اطلاعات مناسب	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ اطلاعات محرمانه</li> <li>▪ اطلاعات تجاری</li> <li>▪ اطلاعات شخصی</li> </ul>
۲	زمان (When)	انتشار اطلاعات در زمان مناسب	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ تأخیر</li> <li>▪ تعجیل</li> </ul>
۳	اندازه (How Much)	انتشار اطلاعات با حجم مناسب	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ انتشار بیش از حد</li> <li>▪ انتشار کم</li> </ul>
۴	مکان (Where)	انتشار اطلاعات در محل مناسب	انتشار اطلاعات محرمانه در وب سایت با دسترسی عمومی
۵	منتشرکننده و کاربر (Who & Whom)	انتشار اطلاعات برای مخاطبان مناسب	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ مخاطبان نامرتبط یا نابجا</li> <li>▪ منتشرکننده نابجا</li> </ul>
۶	شیوه انتشار (How)	انتشار اطلاعات با استاندارد مناسب	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ عدم امکان جستجو</li> <li>▪ عدم امکان مقایسه و تطبیق</li> </ul>

## ۲-۵-۲. کاربران شفافیت در شرکت‌های تعاونی

در جدول زیر شفافیت شرکت‌های تعاونی با استفاده از چارچوب تحلیلی ODI، دسته‌بندی شده است و در هر دسته، کاربران، هدف از انتشار و بسترهای انتشار داده، تعیین شده است.

جدول ۱۵- شفافیت شرکت‌های تعاونی بر اساس نوع داده

نوع داده	کاربر/مخاطب	توضیح
داده‌ی بسته	هیئت‌مدیره و بازرس/بازرس‌ها	منظور اعضای هیئت‌مدیره، مدیرعامل، بازرس و بازرس‌ها هستند که به لحاظ تولید و دسترسی به داده‌ها و اطلاعات شرکتی، در بالاترین سطح قرار دارند.
	اعضای شرکت	منظور تمام افرادی هستند که به‌طور قانونی عضو شرکت هستند.
داده‌ی اشتراکی	وزارت تعاون	ماده ۶۵ قانون تعاون (۱۳۹۳) وزارت تعاون را ناظر بر تعاونی‌ها می‌داند و در ماده ۶۶ وظایف و اختیاراتی را به آن تفویض کرده است. در این پژوهش، اطلاعاتی که یک شرکت تعاونی، برای سایر ارگان‌های دولتی اعم از سازمان امور مالیاتی، بیمه، اداره کل ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری، قوه قضاییه (در پرونده‌های حقوقی و قضائی) و سایر ارگان‌های صادرکننده‌ی مجوز یا ناظر، ارائه می‌کند، جزء شفافیت محسوب نشده‌اند. ارائه‌ی این اطلاعات با هدف انجام روندهای اداری صورت می‌پذیرد و عموماً دارای الزام قانونی است.
	ذی‌نفعان	در این پژوهش ذی‌نفعان شامل موجودیت‌های زیر است: ۱- شخصی که قصد عضویت در تعاونی را دارد؛ ۲- سرمایه‌گذاری که قصد سرمایه‌گذاری در شرکت را دارد؛ ۳- بانک یا هر موسسه اعتباری دیگری که به شرکت تسهیلات اعطاء کرده است.
	سایر شرکت‌ها	در این‌جا منظور سایر شرکت‌های فعال در حوزه تخصصی شرکت تعاونی است.
	اتاق‌ها و اتحادیه‌ها	در این‌جا شأن تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری اتاق‌ها و اتحادیه‌ها منظور است و موارد خاص نظیر انجمن رسیدگی به شکایت و انجمن داوری اتاق که در صورت شکایت می‌توانند به تمام اطلاعات شرکت دسترسی داشته باشند، مورد نظر نیست.
داده‌ی باز	پژوهش‌گران	منظور عموم پژوهش‌گران دانشگاهی یا غیردانشگاهی است که به صرف رسالت پژوهشی، مجاز به دسترسی به برخی اطلاعات مربوط به تعاونی‌ها هستند. موارد استثناء که در آن‌ها یک فرد یا تیم پژوهشی از طرف شرکت تعاونی استخدام می‌شود تا ضمن انجام پژوهش، به رفع مشکلات شرکت، کمک کند، منظور نیست.
	عموم	منظور عموم اعضای یک جامعه است. این سطح دسترسی، گسترده‌ترین سطح دسترسی محسوب می‌شود و اگر داده‌ای در اختیار عموم قرار بگیرد به این معنا است که هر کسی قادر به دسترسی به آن داده است.

### ۳-۵-۲. مقدار انتشار داده در شرکت‌های تعاونی

نظر به مباحث مطرح شده در اصل دوم، حجم اطلاعات منتشرشونده، یکی از اصول مهم در شفافیت شرکت‌های تعاونی است. در چارچوب مفهومی ارائه شده، مقدار انتشار داده به سه دسته تقسیم‌بندی شده است:

۱. **اجمالی:** این سطح ناظر بر حداقل مقدار اطلاعاتی<sup>۱</sup> است که انتشار آن، می‌تواند اثرات مثبت شفافیت را به دنبال داشته باشد. به عبارت دیگر، سطح اجمالی، حداقل مقدار اطلاعاتی است که یک شرکت تعاونی در یک گویه خاص می‌تواند منتشر کند.

۲. **تفصیلی:** منظور حد نهایی مقدار اطلاعاتی است که در مورد یک گویه می‌توان منتشر کرد. در این سطح، نهایت جزئیات مرتبط با گویه مورد نظر منتشر می‌شود.

۳. **اقدام‌اثرگذار:** سطح بینابین اجمالی و تفصیلی را شامل می‌شود. در این سطح، مقدار اطلاعات منتشرشده بیش‌تر از سطح اجمالی و کم‌تر از سطح تفصیلی است. مثلاً ممکن است یک شرکت تعاونی، در مورد صورت سود و زیان شرکت (به عنوان یکی از گویه‌های شاخص شفافیت) تنها دو بند از اطلاعات این صورت را منتشر کند که به لحاظ تعریف سطوح، در سطحی فراتر از اجمالی و پائین‌تر از تفصیلی قرار دارد. البته لازم به ذکر است که برای هر گویه، در بخش کاربست، سطوح اجمالی، اقدام‌اثرگذار و تفصیلی، تعریف شده است.

### ۴-۵-۲. زمان انتشار داده در شرکت‌های تعاونی

نظر به مباحث مطرح شده در اصل سوم، زمان انتشار اطلاعات برای شفافیت شرکت‌های تعاونی، حائز اهمیت است. در این پژوهش، زمان انتشار داده به سه دسته تقسیم‌بندی شده است:

<sup>۱</sup> - در این پژوهش، حداقل (اجمالی) و حداکثر (تفصیلی) مقدار اطلاعات در هر گویه، با نظر خبرگانی تعیین شده است.

۱. **برخط:** منظور انتشار آنی یا در لحظه اطلاعات است. این امر صرفاً به کمک سامانه‌های برخط امکان‌پذیر است، به‌گونه‌ای که هر تغییری در اطلاعات مربوط به گویه، در لحظه در دسترس کاربران قرار بگیرد.
۲. **چندماهه:** منظور انتشار اطلاعات در بازه‌های زمانی ماهانه نظیر یک‌ماهه، سه‌ماهه، شش‌ماهه و غیره است.
۳. **سالانه:** منظور انتشار اطلاعات در بازه‌های زمانی سالانه است. مثلاً ممکن است ترازنامه مالی یک شرکت تعاونی، به‌طور سالانه و قبل از برگزاری مجمع عمومی، در اختیار اعضا قرار بگیرد.

---

#### ۵-۲-۵. شیوه انتشار داده در شرکت‌های تعاونی

عطف به اصل ششم شفافیت یعنی «انتشار اطلاعات با استانداردهای مناسب» (بخش ۲.۱)، در چارچوب مفهومی پژوهش، با در نظر گرفتن محدودیت‌ها و الزامات موجود، صرفاً سه سطح از پنج سطح معرفی شده توسط برنزلی (۲۰۱۰) به شرح زیر در نظر گرفته شده است:

۱. **سطح اول:** در سطح اول نوع و فرمت داده اهمیت نداشته و مهم این است که داده‌ها با مجوز در دسترس همه قرار بگیرند. داده‌هایی که به صورت مکتوب یا اسکن شده منتشر می‌شوند، در این سطح قرار می‌گیرند. به‌طور مثال، اگر اساسنامه یک شرکت به صورت اسکن شده منتشر شود به‌طوری که قابلیت جستجو، مقایسه و تحلیل نداشته باشد، داده منتشر شده در سطح اول قرار می‌گیرد. البته لازم به توضیح است که فرمت انتشار اطلاعات، با ماهیت اطلاعات نیز رابطه دارد. برخی اطلاعات قابلیت انتشار در سطوح دیگر را ندارند.
۱. **سطح دوم:** در سطح دوم، داده‌هایی قرار می‌گیرند که دارای ساختارهای صفحه‌گسترده و جدولی مثل اکسل (XLS) باشند. لذا اطلاعاتی که در فرمت‌های مربوط به مایکروسافت آفیس (اکسل، ورد و غیره) منتشر شوند به‌گونه‌ای که قابلیت جستجو، مرتب‌سازی و تحلیل داشته باشند، در سطح دوم قرار می‌گیرند. به‌طور مثال، اگر اطلاعات مربوط به اعضای یک شرکت، در قالب فایل اکسل منتشر شود، داده‌ی منتشرشده در سطح دوم قرار می‌گیرد.
۲. **سطح سوم:** مشابه سطح دوم است، یعنی داده‌های مرتب‌شده با ساختار جدول، اما تفاوت اصلی در فرمت داده‌ها است. به‌عنوان مثال، داده‌های با فرمت XLS را فقط با مایکروسافت اکسل می‌توان مشاهده و ویرایش کرد. فرمت‌هایی مثل CSV عمومی بوده و همه می‌توانند از آن استفاده کنند. پس



اندیشکده شفافیت برای ایران

## تدوین شاخص شفافیت برای شرکتهای تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

اگر داده‌های اکسل (XLS) به CSV تبدیل شود، به گونه‌ای که این داده‌ها، ماشین‌خوان باشند، داده‌ها در سطح سوم قرار می‌گیرد.

## ۲-۵-۶. جمع‌بندی

در جدول زیر جمع‌بندی چارچوب مفهومی، قابل ملاحظه است. در ستون اول، گویه (Item) یا همان داده‌ای که باید شفاف شود، درج شده است. در ستون دوم، نوع داده، باتوجه به کاربرد و کاربران آن، به سه دسته‌ی داده‌ی بسته، اشتراکی و باز، تقسیم شده است. در ستون سوم، کاربران داده با توجه به توضیحات ارائه شده در بخش «کاربران شفافیت در شرکت‌های تعاونی» در صفحه‌ی ۷۰ به هشت دسته تقسیم‌بندی شده است. ستون مقدار اطلاعات به سه حالت اجمالی، اقلام‌اثرگذار و تفصیلی، تقسیم‌شده است. منظور از حالت اجمالی حداقل اطلاعات مورد نیاز برای اثرگذاری مثبت شفافیت است. سطح تفصیلی نیز دربرگیرنده‌ی حداکثر اطلاعاتی است که یک شرکت تعاونی می‌تواند بدون ورود به حریم اطلاعات شخصی، تجاری و امنیتی، منتشر کند. در این پژوهش، حداقل (اجمالی) و حداکثر (تفصیلی) مقدار اطلاعات در هر گویه، با نظر خبرگانی تعیین شده است. سر ستون پنجم مربوط به زمان انتشار اطلاعات است. این سر ستون نیز به سه ستون فرعی تقسیم شده است که به ترتیب نشان‌دهنده انتشار اطلاعات در بازه‌های سالانه، چندماهه و برخط را نشان می‌دهد. منظور از برخط، یعنی انتشار آنی و لحظه‌ای داده‌های گردآوری‌شده است. سرستون آخر نیز اشاره به فرمت یا قالب انتشار داده دارد. همانطور که در بخش ۲-۵-۵ اشاره شد.

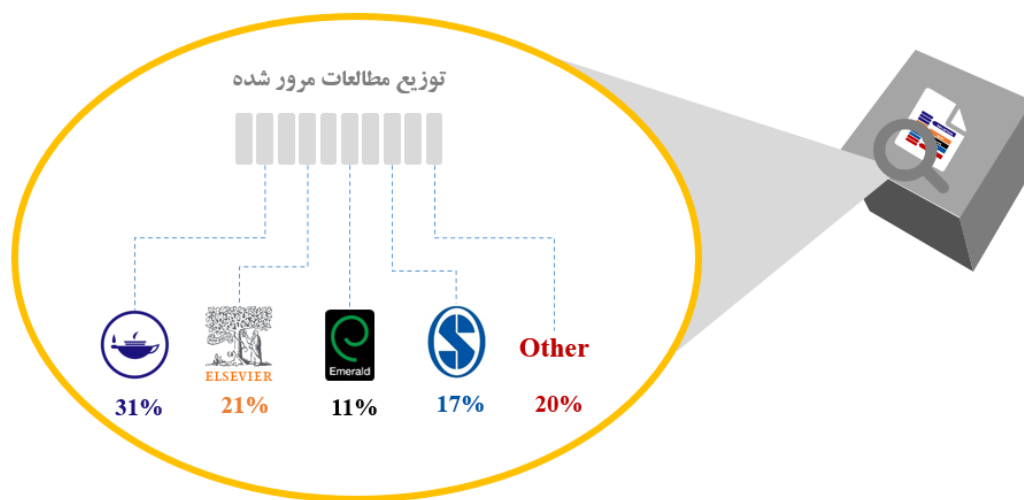
جدول ۱۶- جمع‌بندی چارچوب مفهومی پژوهش

گویه	نوع داده	کاربر	مقدار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			شیوه انتشار اطلاعات			
			اجمالی	اقلام اثرگذار	تفصیلی	سالانه	چندماهه	برخط	سطح یک	سطح دو	سطح سه	
	داده‌ی بسته	هیئت‌مدیره/بازرس										
		اعضاء										
	داده‌ی اشتراکی	وزارت تعاون										
		ذی‌نفعان										
		سایر شرکت‌ها										
		اتاق و اتحادیه‌ها										
		پژوهش‌گران										
	داده‌ی باز	عموم										

## ۳ - فصل سوم: نتايج پژوهش

### ۳-۱. تحليل مطالعات اسنادي

در بخش مطالعات اسنادي، به بررسي تجربيات داخلي و خارجي در زمينه شفافيت شركت‌هاي تعاوني پرداخته شد. باتوجه به نوظهوربودن مفهوم شفافيت در شركت‌هاي تعاوني، جز مطالعات نظري و محدود مطالعات تجربی درباره‌ی حاکمیت شرکتی و شفافیت در شرکت‌های خصوصی در ایران، پژوهش داخلی در این زمینه در ایران یافت نشد. لذا منابع خارجی بیش‌از منابع داخلی مورد توجه قرار گرفتند. در بررسی این منابع، به آخرین پژوهش‌های علمی انجام‌شده در این زمینه که در پایگاه‌های علمی معتبر نمایه شده بودند، مراجعه گردید. در شکل زیر برخی از این پایگاه‌های علمی و درصد منابع اخذشده از آنها، قابل مشاهده است.



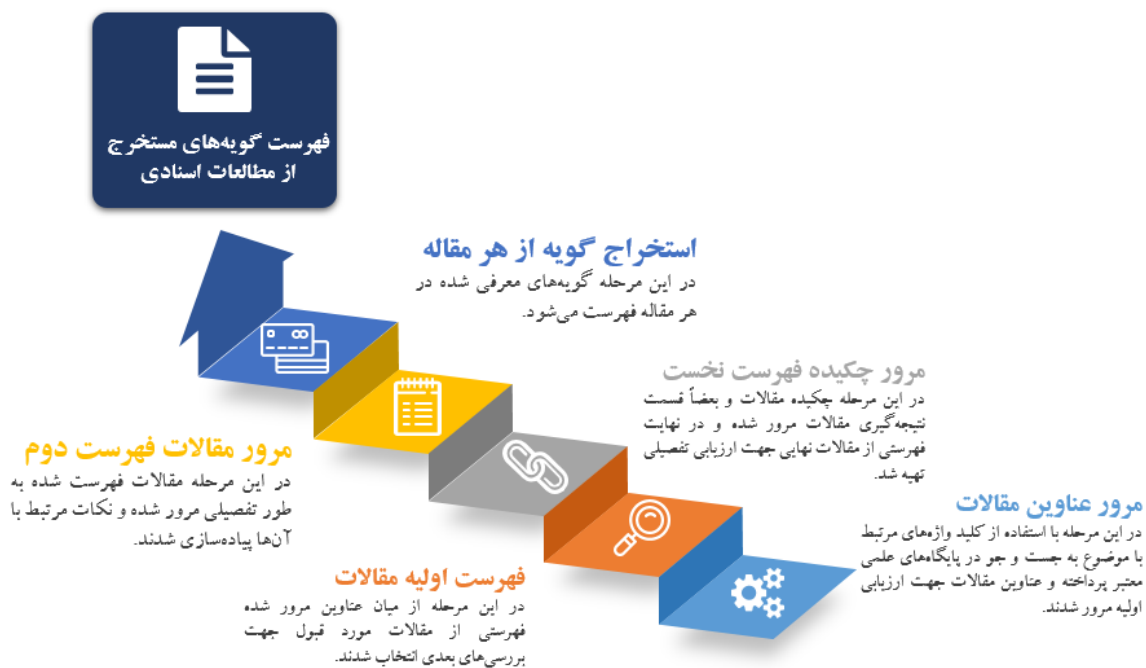
شکل ۱۳- آمار منابع علمی مرور شده



**بررسی عناوین منابع:** در مرحله نخست، عناوین منابع علمی با استفاده از کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع به واسطه‌ی جستجو در پایگاه‌های علمی، بررسی و ارزیابی شدند. نتیجه این بررسی و ارزیابی، تهیه فهرست اولیه‌ای از منابع مرتبط بود.

**بررسی اجمالی منابع:** در مرحله دوم، چکیده‌ی آن دسته از مقالاتی که در مرحله‌ی بررسی عناوین، انتخاب شده بودند، مورد بررسی قرار گرفتند. در این مرحله نیز منابع منتخب غربال‌گری شدند و منابع نامرتبط حذف گردیدند. خروجی این مرحله، تدوین جدول منابع مرتبط بود.

**بررسی تفصیلی منابع:** در این مرحله از میان منابع موجود در جدول منابع مرتبط، به تفصیل مورد بررسی قرار گرفت و گویه‌های مرتبط در هر مقاله استخراج گردید.



شکل ۱۴- فرایند استخراج گویه‌ها از مطالعات اسنادی



انديشكده شفافيت براي ايران

## ندوين شاخص شفافيت براي شرکتهای تعاونی در ايران



معاونت امور تعاون

جدول ۱۷- آمار منابع مورد بررسی در این پژوهش را به تفکیک مراحل انجام کار، نشان می‌دهد.

جدول ۱۷- آمار منابع مورد بررسی در پژوهش

مرحله	عنوان	تعداد منابع
اول	گردآوری	بیش از ۴۰۰
دوم	ارزیابی اجمالی	۱۰۰
سوم	منتخب‌ارزیابی تفصیلی	۲۹
چهارم	مرتبط/پیشینه	۱۰

### ۳-۱-۱. جدول گویه‌های استخراج‌شده از مطالعات اسنادی

در مجموع پس از بررسی منابع علمی، گویه‌هایی برای شفافیت شرکتی (چه دولتی، چه خصوصی و چه تعاونی) استخراج گردید. پس از غربال‌گری گویه‌های استخراج‌شده، جدول زیر حاصل گردید.

جدول ۱۸- گویه‌های استخراج‌شده از مطالعات اسنادی

ردیف	گویه
۱	نقش و مسئولیت هر یک از اعضاء، هیئت‌مدیره، بازرس‌ها و مدیران شرکت
۲	شرح حال و رزومه اعضاء، هیئت‌مدیره، بازرس‌ها و مدیران شرکت
۳	رایانامه (ایمیل) اعضاء، هیئت‌مدیره، بازرس‌ها و مدیران شرکت

ردیف	گویه
۴	اظهارنامه دارایی‌های اعضاء، هیئت‌مدیره، بازرس‌ها و مدیران شرکت
۵	ثبت منافع (مادی و غیرمادی) هر یک از اعضاء، هیئت‌مدیره، بازرس‌ها و مدیران شرکت
۶	موقعیت‌های شغلی و آگهی‌های استخدامی شرکت
۷	برون‌سپاری‌ها و قراردادهای خدمات مشاوره‌ای (نوع و میزان)
۸	مستندات مرتبط با کارگزینی (اسامی اعضاء هیئت جذب، فهرست پذیرفته‌شدگان و رد‌شدگان، شاخص‌های ارزیابی)
۹	مرام‌نامه اخلاقی
۱۰	فهرست تصمیمات و مصوبات
۱۱	گزارش سالانه
۱۲	برنامه راهبردی
۱۳	برنامه محیط زیستی
۱۴	برنامه آموزشی
۱۵	گزارش استانداردهای ارائه خدمات و شکایات اعلام‌شده در این خصوص
۱۶	خبرنامه
۱۷	اطلاعات مرتبط با مالیات، قیمت‌ها، تعرفه‌ها و هزینه خدمات
۱۸	وبسایت
۱۹	پل‌های ارتباطی در شبکه‌های ارتباطات جمعی
۲۰	گزارش‌های تخلف
۲۱	مستندات مرتبط با تدارکات
۲۲	گزارشات مرتبط با ارزیابی پیشنهادات ارائه‌شده به مناقصات عمومی
۲۳	انتشار نام برندگان و بازندگان مناقصات برای هر قرارداد
۲۴	انتشار مشخصات پیشنهادات برنده شده در مناقصات
۲۵	دسترسی به قراردادهای منعقدشده با پیمانکاران و تأمین‌کنندگان
۲۶	اطلاعات مرتبط با تعداد قراردادهای منعقدشده با هر تأمین‌کننده، پیمانکار و یا ارائه‌دهنده خدمات
۲۷	بودجه سالانه
۲۸	ترازنامه
۲۹	صورت حساب درآمد



انديشكده شفافيت براي ايران

## ندوين شاخص شفافيت براي شركت‌هاي تعاوني در ايران



معاونت امور تعاون

ردیف	گويه
۳۰	گزارش‌های مدیریتی
۳۱	صورت حساب جریان نقدینگی
۳۲	نقشه اجرایی بودجه (درآمدها و هزینه‌ها)
۳۳	سرمایه‌گذاری‌ها
۳۴	فهرست پرداختی‌ها به تأمین‌کنندگان و تاریخ سررسید هر یک
۳۵	فهرست وام‌های بانکی و تاریخ سررسید هر یک
۳۶	فهرست فاکتور هزینه‌ها و دیگر بدهی‌ها به اشخاص ثالث
۳۷	سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت، تحقیق و توسعه، مخارج سرمایه‌ای
۳۸	آشکارسازی نام و درصد مالکیت سهام‌داران عمده
۳۹	معرفی مدیران، معرفی اعضای هیئت‌مدیره و شرکت‌های وابسته
۴۰	حقوق و مزایای اعضای هیئت‌مدیره و مدیران
۴۱	سهام متعلق به مدیران و کارکنان
۴۲	آشکارسازی سهام‌داران بر اساس ماهیت (حقوقی، حقیقی، دولتی یا خصوصی)
۴۳	تعداد سهام و ارزش اسمی سهام منتشرشده، نام و تعداد سهام متعلق به ۱، ۳، ۵ و ۱۰ سهام‌دار عمده، نام و تعداد سهام متعلق به سهام‌دارانی که بیش از ۳، ۵ و ۱۰ درصد سهام شرکت را در اختیار دارند
۴۴	صورت‌جلسات و خلاصه مذاکرات مجامع
۴۵	نحوه اطلاع سهام‌داران از جلسات
۴۶	تعیین رویه‌هایی برای ارائه‌ی پیشنهاد توسط سهام‌داران در جلسات
۴۷	نحوه‌ی معرفی مدیران برای شرکت در انتخابات هیئت‌مدیره، چگونگی پرسش از هیئت‌مدیره
۴۸	جزئیات مربوط به تولید، فروش و سودآوری محصولات و بخش‌های فعالیت و سهم بازار هر یک از آنها
۴۹	پیش‌بینی‌ها و جزئیات مربوط به سودآوری محصولات و بخش‌ها
۵۰	برنامه‌های سرمایه‌گذاری آتی و جزئیات مربوط

ردیف	گوبه
۵۱	اطلاعات فصلی، تهیه سود و زیان، ترازنامه و جریان وجوه نقد بر اساس استانداردهای حسابداری بین‌المللی به صورت مکمل
۵۲	گزارش حسابرسی و حق‌الزحمه پرداختی به حسابرسان برای امور حسابرسی و نیز سایر مبالغ پرداختی به آنها
۵۳	اطلاعات در خصوص رئیس و سایر اعضای هیئت‌مدیره از قبیل نام، سوابق، تجربیات گذشته و مدت همکاری با شرکت
۵۴	اطلاعات مربوط به مدیران کلیدی
۵۵	نقش و وظایف اعضای هیئت‌مدیره
۵۶	خلاصه تصمیمات مهم اتخاذشده در جلسات هیئت‌مدیره
۵۷	وجود کمیته‌های مختلف از قبیل حسابرسی، انتخاب مدیران، تعیین حقوق و مزایا، تعیین راهبردهای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی
۵۸	قرارداد مدیرعامل و حقوق، مزایا و پاداش پرداختی به ایشان
۵۹	برنامه‌های آموزشی مدیران
۶۰	حقوق، مزایا و پاداش اعضای هیئت‌مدیره و نحوه‌ی پرداخت آن
۶۱	تعداد سهام متعلق به اعضای هیئت‌مدیره و مدیران ارشد
۶۲	وجود یک لیست برای حضور و غیاب اعضای هیئت‌مدیره
۶۳	نحوه ارائه و اطلاع‌رسانی پاداش اعضای هیئت‌مدیره
۶۴	نحوه اطلاع‌رسانی سهام‌داران در خصوص ملاقات‌های حضوری
۶۵	مستندسازی سوابق سوالات و مسائلی که سهام‌داران مطرح کرده اند
۶۶	حضور و غیاب اعضای هیئت‌مدیره، بازرس/بازرس‌ها، مدیرعامل و مدیران شرکت
۶۷	وجود یک تارنمای فعال برای به اشتراک گذاری منظم اطلاعات در اسرع وقت
۶۸	شفافیت سیاست تقسیم سود
۶۹	اطلاعات بیانیه‌ها و قوانین مالی شرکت
۷۰	اطلاعات مربوط به ساختار سهام شرکت
۷۱	اطلاعات مربوط به ساختار سازمانی
۷۲	اطلاعات مرتبط با ساختار شرکت‌های همکار در یک گروه
۷۳	شفافیت فرایندهای محضری (وکالت‌نامه‌ها)
۷۴	ماموریت و چشم‌انداز شرکت



## ۳-۲. مطالعات میدانی

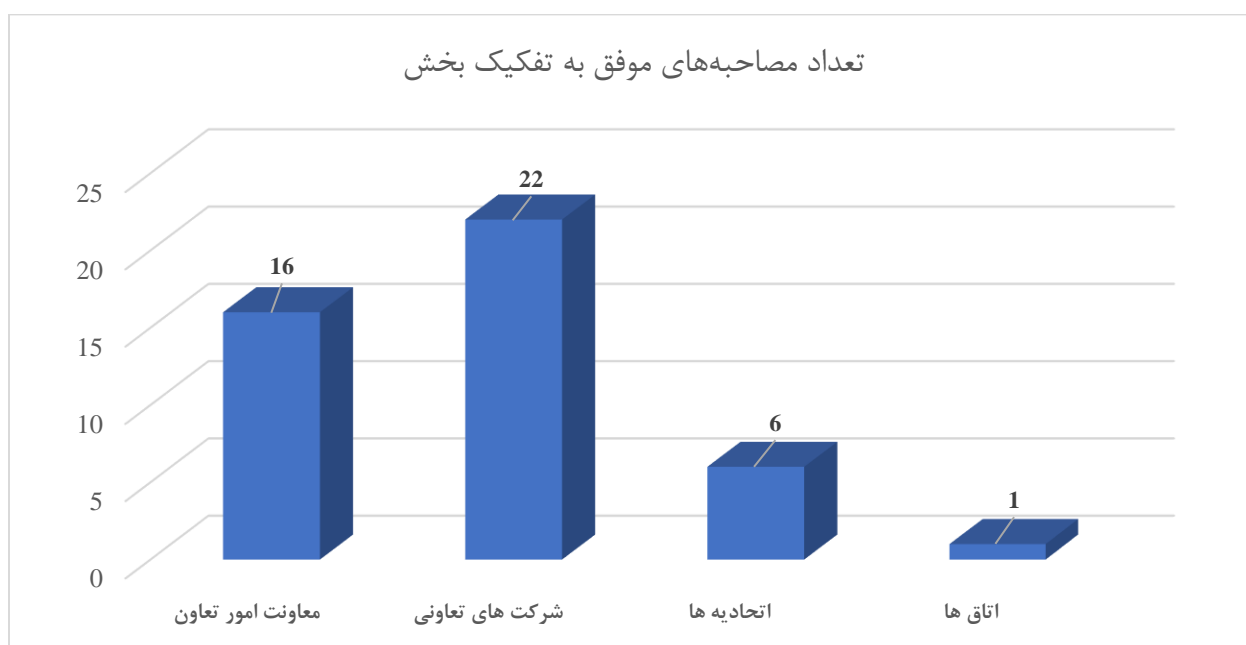
یکی از روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش، مصاحبه کیفی بوده است. در این مصاحبه، باتوجه به حوزه‌ی تخصصی مصاحبه‌شونده، پرسش‌های مطرح می‌شدند. مصاحبه‌هایی که در آن‌ها، مصاحبه‌شونده نسبت به ضبط جلسه گفتگو، اعلام رضایت داشت، جلسه ضبط و در اسرع وقت پیاده‌سازی می‌گردید. در غیر این‌صورت، نکات جلسه، در حین گفتگو، توسط مصاحبه‌کننده یادداشت می‌شد. پس از پیاده‌سازی نکات مهم جلسه، مصاحبه تحلیل می‌شد. در مجموع ۴۵ مصاحبه به صورت حضوری و تلفنی انجام گرفت. اطلاعات مربوط به مصاحبه‌ها، در جدول زیر قابل ملاحظه است.

جدول ۱۹- اطلاعات مصاحبه‌های انجام‌شده

ردیف	سمت	بخش	تاریخ مصاحبه	مکان مصاحبه	مدت زمان (دقیقه)
۱	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۵۱۲	وزارتخانه	۴۸
۲	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۵۱۲	وزارتخانه	۴۸
۳	مدیر کل	ستاد	۹۸۰۶۰۲	وزارتخانه	۷۴
۴	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۶۰۲	وزارتخانه	۷۴
۵	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۶۰۲	وزارتخانه	۷۴
۶	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۶۰۲	وزارتخانه	۷۴
۷	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۶۰۲	وزارتخانه	۷۴
۸	مدیر عامل	شرکت تعاونی	۹۸۰۶۰۵	در محل	۷۵
۹	کارشناس	ستاد	۹۸۰۶۰۶	وزارتخانه	۱۰۵
۱۰	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۶۱۲	وزارتخانه	۱۰۵
۱۱	معاون مدیرکل	ستاد	۹۸۰۷۰۷	وزارتخانه	۹۵
۱۲	مدیر کل	ستاد	۹۸۰۷۰۷	وزارتخانه	۳۸
۱۳	مدیر عامل	اتحادیه	۹۸۰۷۲۰	تلفنی	۳۵
۱۴	مدیر عامل	شرکت تعاونی	۹۸۰۷۲۰	تلفنی	۵۱

مدت زمان (دقیقه)	مکان مصاحبه	تاریخ مصاحبه	بخش	سمت	ردیف
۶۳	تلفنی	۹۸۰۷۲۱	اتحادیه	مدیر عامل	۱۵
۳۷	تلفنی	۹۸۰۷۲۴	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۱۶
۳۸	تلفنی	۹۸۰۷۲۴	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۱۷
۳۳	تلفنی	۹۸۰۷۲۸	ستاد	کارشناس	۱۸
۲۱	تلفنی	۹۸۰۷۲۹	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۱۹
۳۲	تلفنی	۹۸۰۷۲۹	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۲۰
۲۴	تلفنی	۹۸۰۷۲۹	ستاد	بازنشسته تعاون	۲۱
۳۲	تلفنی	۹۸۰۷۲۹	شرکت تعاونی	عضو هیئت مدیره	۲۲
۳۴	تلفنی	۹۸۰۷۲۹	شرکت تعاونی	عضو هیئت مدیره	۲۳
۲۴	تلفنی	۹۸۰۸۰۱	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۲۴
۲۵	تلفنی	۹۸۰۸۰۱	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۲۵
۲۹	تلفنی	۹۸۰۸۰۲	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۲۶
۱۷	تلفنی	۹۸۰۸۰۴	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۲۷
۱۵	تلفنی	۹۸۰۸۱۱	شرکت تعاونی	رئیس هیئت مدیره	۲۸
۲۴	تلفنی	۹۸۰۸۱۲	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۲۹
۱۲	تلفنی	۹۸۰۸۱۲	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۳۰
۲۶	تلفنی	۹۸۰۸۱۳	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۳۱
۲۲	تلفنی	۹۸۰۸۱۳	شرکت تعاونی	عضو هیئت مدیره	۳۲
۲۸	تلفنی	۹۸۰۸۱۸	اتحادیه	مدیر عامل	۳۳
۶۰	اندیشکده	۹۸۰۸۱۸	اتحادیه	مدیر عامل	۳۴
۳۳	تلفنی	۹۸۰۸۱۹	اتحادیه	مدیر عامل	۳۵
۲۰	تلفنی	۹۸۰۸۲۳	شرکت تعاونی	بازرس	۳۶
۲۰	تلفنی	۹۸۰۸۲۳	شرکت تعاونی	بازرس	۳۷
۱۲۰	اندیشکده	۹۸۰۸۲۵	ستاد	بازنشسته تعاون	۳۸
۲۳	تلفنی	۹۸۰۸۲۶	شرکت تعاونی	بازرس	۳۹
۹۰	در محل	۹۸۰۹۰۳	ستاد	مدیر کل	۴۰
۳۹	تلفنی	۹۸۰۹۰۴	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۴۱
۷۵	در محل	۹۸۰۹۱۱	ستاد	مدیر کل	۴۲
۶۰	دفتر مصاحبه شونده	۹۸۰۹۱۶	اتاق تعاون	مدیر حقوقی	۴۳
۷۰	دفتر تعاونی	۹۸۰۹۱۳	شرکت تعاونی	مدیر عامل	۴۴
۶۰	اندیشکده	۹۸۰۸۱۸	اتحادیه	مدیر عامل	۴۵

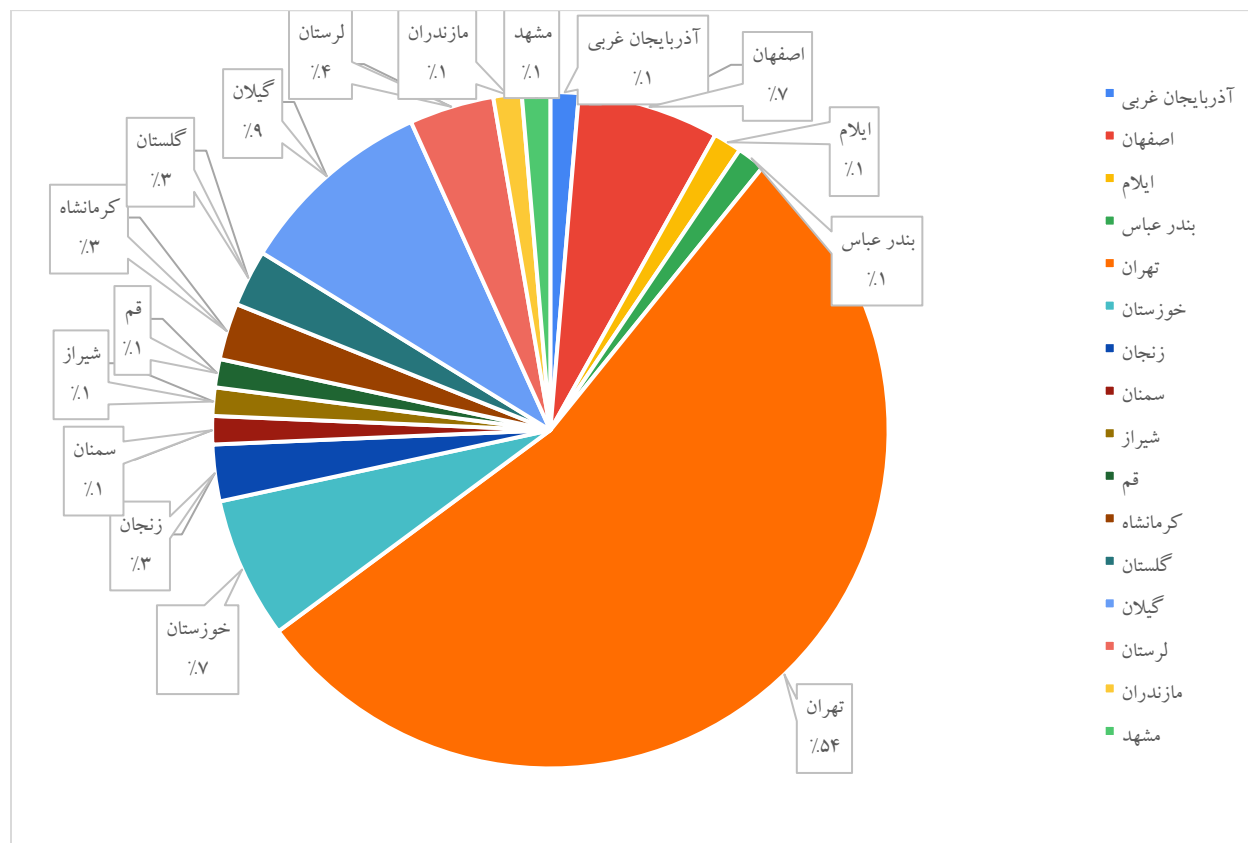
از مجموع ۴۵ مصاحبه موفق، ۲۲ مصاحبه در شركت‌هاي تعاوني، ۱۶ مصاحبه در معاونت امور تعاون، ۶ مصاحبه در اتحاديه‌ها و تنها ۱ مصاحبه در بخش اتاق‌هاي تعاون، انجام گرفت.



نمودار ۱- تعداد مصاحبه‌هاي موفق به تفكيك بخش



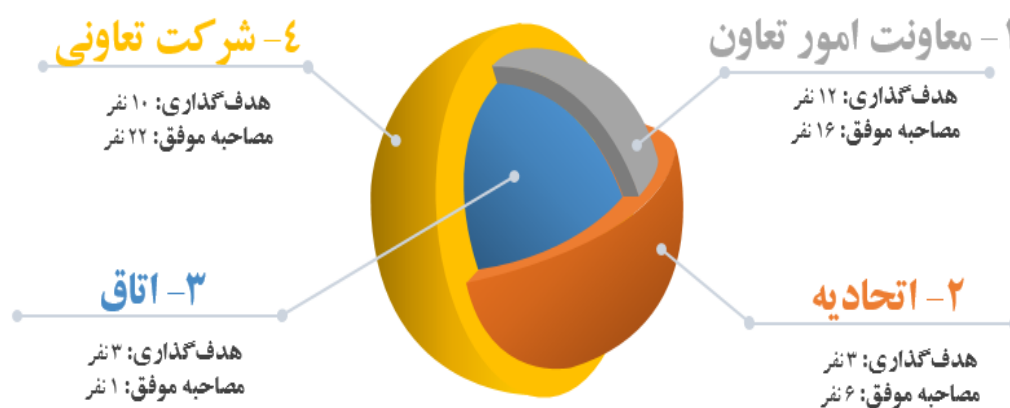
با هدف جلوگیری از ایجاد سوگیری در نتایج پژوهش، تلاش شد تا با برخی از اعضای شرکت‌های تعاونی در سایر استان‌ها نیز مصاحبه‌هایی انجام شود. در نمودار دایره‌ای درصد مصاحبه‌های انجام‌شده به تفکیک استان در شرکت‌های تعاونی ملاحظه می‌شود.



نمودار ۲- توزیع مصاحبه‌های انجام‌شده در شرکت‌های تعاونی به تفکیک استان

پيش از آغاز مصاحبه‌ها، هدف‌گذاري براي توزيع مصاحبه‌ها در حوزه‌ها و رده‌های مختلف انجام گرفت. در هدف‌گذاري اوليه، تعداد ۱۲ مصاحبه در معاونت امور تعاون، ۱۰ مصاحبه در شرکتهای تعاونی، ۳ مصاحبه در اتحادیه‌های تعاونی و ۳ مصاحبه نیز در بخش اتاق برآورد گردیده بود. علی‌رغم دريافت معرفی‌نامه از معاونت امور تعاون و تلاش‌های فراوان تیم پژوهش برای انجام مصاحبه، برخی افراد منتخب حاضر به انجام مصاحبه نگردیدند.

در توضیح اختلاف فاحش بين تعداد مصاحبه‌های انجام‌شده در بخش شرکتهای تعاونی با ساير بخش‌ها باید گفت، به دليل نا آشنا بودن مقوله شفافيت در شرکتهای تعاونی، عمده‌ی مصاحبه‌ها در اين بخش، فاقد کيفيت لازم برای تحليل و استخراج گويه‌ها و ساير نکات بود. برای شرکتهای تعاونی، مسائل بسياری از جمله مشکلات کسب و کار، ماليات، بیمه و غيره، در اولويت بالاتری نسبت به شفافيت، قرار دارد و همين مسئله باعث گردید تا اکثر مصاحبه‌های انجام‌شده صرف گفتگو درباره‌ی مشکلات شرکتهای تعاونی در ايران شود. در شکل زیر تعداد مصاحبه‌های هدف‌گذاري‌شده و تعداد مصاحبه‌های انجام‌شده به تفکیک چهار بخش معاونت امور تعاون، شرکتهای تعاونی، اتحادیه‌های تعاونی و اتاق‌ها، قابل ملاحظه است.



شکل ۱۵- توزيع مصاحبه‌ها به تفکیک هدف‌گذاري اوليه و مصاحبه‌های موفق در چهار بخش تعاون

### ۱-۲-۳. شیوه‌نامه کدگذاری مصاحبه‌ها

پیش از ذکر یک مثال از شیوه‌ی تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده، لازم است تا به شیوه‌ی کدگذاری مصاحبه‌ها اشاره شود. هر کد مصاحبه با یک حرف انگلیسی آغاز می‌شود. این حرف انگلیسی، نشان‌دهنده‌ی بخشی است که مصاحبه در آن انجام گرفته است. چهار بخش به شرح معاونت امور تعاون (A)، اتحادیه‌ها (B)، اتاق‌ها (C) و شرکت‌های تعاونی (D) در نظر گرفته شده‌است.

کدهای مربوط به معاونت امور تعاون، علاوه بر حرف لاتین A، از دو بخش دیگر نیز تشکیل شده‌اند. بخش اول به صورت عدد دو رقمی نشان‌دهنده‌ی جایگاه مصاحبه‌شونده است. کد ۰۱ مربوط به مدیرکل، کد ۰۲ معاون، کد ۰۳ کارشناس و کد ۰۴ مربوط به بازنشسته‌های این معاونت است. بخش سوم کد مصاحبه‌های مربوط به معاونت امور تعاون، صرفاً نشان‌دهنده‌ی شماره‌ی آن مصاحبه در بین مصاحبه‌های بخش موردنظر است. کدهای مربوط به مصاحبه‌های مربوط به اتحادیه‌ها، دوبخشی است. بخش اول شامل کد B و بخش دوم، که یک عدد دورقمی است، شامل شماره مصاحبه در آن بخش است. کدهای مربوط به مصاحبه‌های مربوط به اتحادیه‌ها، دوبخشی است. بخش اول شامل کد C و بخش دوم، که یک عدد دورقمی است، شامل شماره مصاحبه در آن بخش است.

کدهای مربوط به شرکت‌های تعاونی، علاوه بر حرف لاتین D، از دو بخش دیگر نیز تشکیل شده‌اند. بخش اول به صورت عدد دو رقمی نشان‌دهنده‌ی جایگاه مصاحبه‌شونده است. کد ۰۱ مربوط به مدیرعامل شرکت، کد ۰۲ عضو هیئت‌مدیره و کد ۰۳ بازرس است. بخش سوم کد مصاحبه‌های مربوط به معاونت امور تعاون، صرفاً نشان‌دهنده‌ی شماره‌ی آن مصاحبه در بین مصاحبه‌های بخش موردنظر است. در شرکت‌های تعاونی، از مصاحبه با اعضای عادی، صرف‌نظر شده است.



انديشكده شفافيت براي ايران

## ندوين شاخص شفافيت براي شرڪت‌هاي تعاوني در ايران



معاونت امور تعاون

### ۱-۱-۲-۳. نمونه كُدگذاري يك مصاحبه (كُد مصاحبه A0101)

جاينگاه مصاحبه‌شونده: ستاد معاونت امور تعاون

تاريخ: ۹۸/۰۶/۰۲

زمان مصاحبه: ۷۴ دقيقه

كُد مصاحبه: A0101

جدول ۲۰- جدول خلاصه تحليل مصاحبه كُد A0101

ردیف	عنوان گویه	ضرورت	توضیحات
۱	مجوزهای فعالیت شرکتهای تعاونی	بحث مجوزها یکی از گلوگاههای فساد است	سامانه باید به گونه‌ای طراحی شود که یک تعاونی تا زمانی بتواند فعالیت کند که مجوزهای لازم را دارد
۲	اساسنامه تعاونی باید بارگذاری شود	در برخی موارد، حیطة‌ی کاری یک تعاونی با اساسنامه مطابقت ندارد. یا دارای حیطة‌های کاری بسیار گسترده‌ای است.	در هر رسته‌ای اساسنامه تعاونی باید مطابق با قوانین باشد اگر یک تعاونی خدمات توزیعی زد و هم خواست تولیدی هم بزند خطار بزند. اگر تولیدی و توزیعی بود فعالیت‌هایش به چارچوب محدود باشد
۳	شرایط اختصاصی عضویت در تعاونی (بند ب ماده ۱۲ اساسنامه)	شاید یکی از بزرگترین مشکلاتی که در حوزه تعاونی‌های مسکن داریم، نداشتن شرایط عضویت است.	-
۴	شفافیت تعداد تعرفه‌های صادرشده و آرای اعضاء در مجمع	یکی از این گلوگاههای فساد در تعاونی‌ها است	در مجمع به میزان افرادی که حق رای دارند باید برگه و تعرفه رای صادر شود. به میزان خودشان تعرفه بگیرند

ردیف	عنوان گویه	ضرورت	توضیحات
۵	شرایط اعضای هیئت مدیره	در برخی موارد، تأییدیه انجمن اخذ نمی‌شود. این یکی از این گلوگاه های فساد در تعاونی‌ها است	ماده ۳۸ انجمن نظارت می‌گوید، افراد باید حائز شرایطی باشند تا بتوانند عضو هیئت مدیره شوند. بررسی این‌ها بر عهده انجمن نظارت بر استان و کشور است. باید بررسی شود آیا ماده ۳۸ رعایت شده که تأیید صلاحیت شوند یا خیر
۶	شرایط اعضای هیئت رئیسه مجمع	از جمله مواردی است که معمولاً تعاونی‌ها به آن توجه نمی‌کنند و آن‌ها را دچار مشکل می‌کند	اعضایی که به عنوان هیئت رئیسه انتخاب می‌شوند، حتماً باید عضو تعاونی باشند.
۷	صورت جلسات مجمع		بعد از اتمام رای گیری، حتماً باید صورت جلسه تهیه شود. اعضای هیئت رئیسه، باید صورت جلسه را امضاء کنند و کسانی که رای آورده‌اند، آن را تأیید کنند.
۸	ثبت تغییرات حقوقی در سامانه	کاهش مراجعه حضوری، افزایش نظارت و تسریع روند اداری	-
۹	شکایتهای اعضای	پس از انتخابات، اعضا ۵ روز برای شکایت فرصت دارند. بعد از ۵ روز، دیگر شکایت مسموع نیست. کمیسیون هم ۱۰ روز وقت دارند، شکایت را بررسی کنند و اگر بیش تر شد، نظر کمیسیون هم مسموع نیست که متأسفانه اجرا نمی‌شود	سامانه جامع هوشمند می‌تواند فرایند شکایت اعضا و رسیدگی به شکایتهای آنها را تسریع و شفاف کند.
۱۰	بارگذاری آرای کمیسیون‌ها و انجمن‌ها	اگر اعضای کمیسیون و انجمن آرای خود را ثبت کنند، روند رسیدگی به شکایات دقیق و شفاف می‌شود.	-
۱۱	ثبت تغییرات حقوقی تعاونی‌ها	به عنوان مثال، یک تعاونی مسکن داریم که کمیسیون استانی انتخابات آن را تأیید کرده است. بعد رفته انجمن. هیئت مدیره مدارک را بردند ثبت کردند. انجمن انتخابات را باطل کرده، مدارک رفته ثبت و ثبت شده. این تعاونی مسکن حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰ واحد دارد (یعنی حداقل ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیارد تومان). الان انجمن این را باطل اعلام کرده ولی ثبت شده. خود این پرونده‌ها می‌شوند بمب زیر پای نظام. این هم یک گلوگاه دیگر است.	طبق قانون، برای تشکیل یک تعاونی، وزارتخانه پس از اخذ و بررسی مدارک لازم، تعاونی را به ثبت معرفی می‌کند اما طبق قانون مقررات زدایی، برای ثبت تغییرات حقوقی نظیر برگزاری مجامع سالانه و تغییرات هیئت مدیره، خود تعاونی راساً می‌تواند اقدام کند.



انديشكده شفافيت براي ايران

## تدوين شاخص شفافيت براي شرکتهای تعاونی در ايران



معاونت امور تعاون

ردیف	عنوان گویه	ضرورت	توضیحات
۱۲	شفافیت کمیسیون رسیدگی به شکایات	دبیرخانه کمیسیون نظارت اینجا از گلوگاههای فساد و ناکارآمدی در حوزه تعاون است. اگر در همین سامانه دبیرخانههای کمیسیون مشخص شود، کسی هم که شکایت می کند بارگذاری کند. و فردی که به عنوان ناظر در کمیسیون بود، قبل از اینکه برود بنشیند در کمیسیون دسترسی به این سامانه داشته باشد. اسناد و مدارک را ببیند و آگاهی داشته باشد، دیگر فردی که دبیر آن جاست نمی تواند دور بزند.	دبیرخانه کمیسیون نظارت در اتاق، دارای قدرت حذف مدارک و شواهد در روند رسیدگی است. این دبیرخانه می داند که ایراد کار کجا است و در کمیسیون شکایت را طرح می کند، بدون آن که مدارک را ارائه دهد.
۱۳	ارسال مدارک به ثبت از طریق سامانه	در وضعیت فعلی به عنوان مثال، اساسنامه بعد از تائید اداره کل، توسط ذی نفع به ثبت برده می شود. در مواردی، ذی نفعان، پس از تائید اداره کل، تغییراتی در اساسنامه اعمال می کنند و آن را به ثبت می برند.	ثبت تغییرات حقوقی تعاونی ها باید از طریق سامانه صورت بگیرد و در صورتی که یک مرحله کار ایراد داشته باشد، سامانه امکان ورود به مرحله بعد را ندهد
۱۴	مشخصات اعضای تعاونی	از عضویت همزمان افراد در تعاونی ها جلوگیری می شود. فساد و کلاهبرداری کم می شود	اطلاعات اعضای تعاونی باید در سامانه بارگذاری شود، شماره تلفن حتماً باید به نامه عضو باشد و با کدملی همخوانی داشته باشد و پیامک تائید برای عضو ارسال شود.
۱۵	شفافیت پرداختی های اعضا	-	-
۱۶	شفافیت سوابق اعضای هیئت مدیره	فردی از تعاونی می رود و دو سال بعد که آبها از آسیاب افتاد، دوباره کاندید می شود. می رود هیئت مدیره و تعاونی را دست می گیرد. در حالی که این اتفاقات و	-

ردیف	عنوان گویه	ضرورت	توضیحات
		احکام و ممنوعیت‌ها در سامانه باشد، خود سامانه هشدار می‌دهد	
۱۷	تعداد خریداران و سهام‌داران غیر عضو در تعاونی‌های مسکن	مثلاً یک تعاونی ۲۰۰ عضو دارد، در حالی که ۱۹۹ نفر واگذار کرده‌اند. هنوز هم این تعاونی زنده است. دیگر تعاونی‌ها از این نمانده. کاربردش را ارزش گرفتند. اگر این سامانه درست شود، این جا مشخص می‌شود چند نفر سهام‌دار غیر عضو یا خریدار واحد گرفته. این جا بهتر می‌شود کنترلش کند. این هم یکی از گلوگاه‌ها است.	هنوز هم اون ۱۹۹ تا می‌آیند رای می‌دهند و دعوا می‌کنند. در حالی که هیچ کدام رای ندارند و باید صاحبان اصلی بیایند.
۱۸	شفافیت تراکنش‌های مالی، ظرفیت تولید، تعداد اعضا، تعاونی‌های تولیدی و مصرف برای عموم مردم	عموم بیش تر دنبال تعاونی‌های تولیدی و مصرف هستند. مثلاً اگر کسی بخواهد با یک تعاونی مرادوات مالی داشته باشد. می‌بیند میزان تولید چقدر است؟ ظرفیت چقدر است؟ چند نفر عضو دارد؟ سالانه چقدر تراکنش مالی دارد؟	-
۱۹	مصوبات مجمع	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>گزارش‌های شرکت (فعالیت‌های سال پیش و سال آتی) <ul style="list-style-type: none"> <li>گزارش‌های بازرسی</li> <li>تغییرات هیئت‌مدیره</li> <li>تغییرات بازرسی‌ها</li> <li>فروش اموال منقول یا غیرمنقول</li> </ul> </li> </ul>
۲۰	صورت‌جلسات هیئت‌مدیره	برخی تصمیمات هیئت‌مدیره، منشاء برگزاری مجمع است. مثلاً هیئت‌مدیره تصمیم می‌گیرد که افزایش سرمایه دهد. خودش تصمیم‌گیرنده نهایی نیست، ولی پیشنهاد دهنده هست. شما به عنوان عضو از الان می‌فهمی که ۲ ماه دیگه به مجمعی خواهد بود که در آن جا از شما می‌پرسند که می‌خواهی افزایش سرمایه بدهی یا خیر.	-



## ۲-۲-۳. گویه‌های مستخرج از مطالعات میدانی

در مجموع، پس از استخراج گویه‌های شفافیت در مصاحبه‌های مختلف، این گویه‌ها مورد بازبینی قرار گرفتند و پس از حذف موارد نامرتب و ادغام گویه‌های همسان، جدول زیر حاصل گردید.

جدول ۲۱- جدول گویه‌های مستخرج از مطالعات میدانی

ردیف	گویه
۱	مجوزهای فعالیت شرکت‌های تعاونی
۲	اساسنامه شرکت تعاونی
۳	شرایط اختصاصی عضویت در تعاونی (بند ب ماده ۱۲ اساسنامه)
۴	شفافیت تعداد تعرفه‌های صادر شده و آرای اعضاء در مجمع
۵	شرایط اعضای هیئت‌مدیره
۶	شرایط اعضای هیئت‌رئسه مجمع
۷	صورت جلسات مجمع
۸	ثبت تغییرات حقوقی در سامانه
۹	شکایت‌های اعضاء
۱۰	بارگذاری آرای کمیسیون‌ها و انجمن‌ها
۱۱	ثبت تغییرات حقوقی تعاونی‌ها
۱۲	شفافیت کمیسیون رسیدگی به شکایات
۱۳	ارسال مدارک به ثبت از طریق سامانه
۱۴	مشخصات اعضای تعاونی
۱۵	شفافیت پرداختی‌های اعضاء



ردیف	گویه
۱۶	شفافیت سوابق اعضای هیئت‌مدیره
۱۷	تعداد خریداران و سهام‌داران غیرعضو در تعاونی‌های مسکن
۱۸	شفافیت تراکنش‌های مالی، ظرفیت تولید، تعداد اعضا، تعاونی‌های تولیدی و مصرف برای عموم مردم
۱۹	مصوبات مجمع
۲۰	صورت‌جلسات هیئت‌مدیره
۲۱	تعداد اعضا
۲۲	تعداد کارکنان شرکت
۲۳	آگهی تغییرات حقوقی در شرکت
۲۴	آگهی تاسیس شرکت تعاونی
۲۵	مدرك دعوت به عضویت
۲۶	درخواست کتبی ثبت تعاونی؛ از طرف هیئت مؤسس به وزارت تعاون
۲۷	دسترسی بازرس به تمامی اسناد مالی شرکت
۲۸	زمینه فعالیت شرکت
۲۹	خلاصه بدهی‌ها
۳۰	خلاصه دارایی‌ها
۳۱	خلاصه سرمایه
۳۲	محل ثبت شرکت
۳۳	مدارک تشکیل اولین مجمع عمومی؛ آگهی دعوت و تاریخ آن - صورتجلسه مجمع و ...
۳۴	مدرك پیشنهاد اساسنامه
۳۵	امیدنامه مالی شرکت
۳۶	ترازنامه
۳۷	صورت وجوه نقد
۳۸	ارزش دارایی‌های شرکت
۳۹	لزوم شفاف سازی شرایط عضویت و پیاده سازی قوانین عضویت
۴۰	شفاف سازی امتیازات و اختیارات عضویت
۴۱	درخواست کتبی ثبت تعاونی؛ از طرف هیئت مؤسس به وزارت تعاون



انديشكده شفافيت براي ايران

## ندوين شاخص شفافيت براي شرکتهای تعاونی در ايران



معاونت امور تعاون

ردیف	گويه
۴۲	دسترسی بازرس به تمامی اسناد مالی شرکت
۴۳	شفافیت ذخایر، پرداخت سود و مازاد درآمد و تقسیم آن
۴۴	شفافیت وضعیت امور مربوط به مدیرعامل؛ (تاریخ انتخاب؛ حدود اختیارات، و وظایف)
۴۵	تأییدیه دوره‌های آموزشی برای هیئت‌مدیره و بازرس‌ها
۴۶	برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه تعاون
۴۷	تاریخ ثبت و انحلال
۴۸	احکام قطعی تخلفات (در محاکم قضایی یا دولتی)
۴۹	فرایند انحلال (هیئت تسویه، آگهی انحلال و ...)
۵۰	گزارش اقدامات تأثیرگذار هیئت‌مدیره

### ۳-۳. غربال‌گری

پس از اتمام مطالعات اسنادی و میدانی و انباشت گویه‌های مستخرج از این دو فاز، به منظور پالایش و غربال‌گری گویه‌ها از «شاخص روایی محتوا»<sup>۱</sup> استفاده شد. فرآیند این روش بدین صورت است که متخصصان و خبرگان موضوع مورد بحث، «مربوط بودن» و «واضح بودن» هر گویه را بر اساس یک طیف لیکرت چهار قسمتی «غیر مرتبط»، «نیاز به بازبینی اساسی»، «مرتبط اما نیاز به بازبینی» و «کاملاً مرتبط»، مشخص می‌کنند. در نهایت امتیاز «شاخص روایی محتوا» برای هر گویه با استفاده از محاسبات مقتضی بدست می‌آید. حداقل مقدار قابل قبول برای شاخص CVI برابر با ۰.۷۹ است و اگر این شاخص برای گویه‌ای کمتر از این عدد باشد، آن گویه باید حذف و یا در مورد آن تجدید نظر شود. در جدول ۲۲ نتایج کسب‌شده از شاخص روایی محتوا برای گویه‌های استخراج‌شده، قابل ملاحظه است.

جدول ۲۲- نتایج کسب‌شده از غربال‌گری به روش CVI

ردیف	گویه‌ها	CVI	وضعیت
۱	اساسنامه مصوب	۰.۸۷۵	مورد قبول
۲	اساسنامه مصوب هیئت موسس	۰.۷۶۵۶۲۵	نیازمند بازنگری
۳	اسامی اعضای هیئت‌مدیره منتخب	۰.۸۷۵	مورد قبول
۴	اسامی بازررس یا بازرسین	۰.۹۵۳۱۲۵	مورد قبول
۵	اهداف تعاونی	۰.۵۷۸۱۲۵	غیر قابل قبول
۶	آگهی تاسیس در روزنامه رسمی	۰.۹۰۶۲۵	مورد قبول
۷	تاریخ انحلال	۰.۹۸۴۳۷۵	مورد قبول
۸	تاریخ ثبت حقوقی	۰.۸۷۵	مورد قبول
۹	ترازنامه	۱	مورد قبول
۱۰	تعداد اعضاء	۰.۷۰۳۱۲۵	نیازمند بازنگری
۱۱	تعداد کارکنان شرکت	۰.۷۸۱۲۵	نیازمند بازنگری

<sup>۱</sup>- Content Validity Index (CVI)



انديشكده شفافيت براي ايران

## ندوين شاخص شفافيت براي شركت‌هاي تعاوني در ايران



معاونت امور تعاون

ردیف	گويه‌ها	CVI	وضعیت
۱۲	خلاصه بدهی‌ها	۰.۸۷۵	مورد قبول
۱۳	خلاصه دارایی‌ها	۰.۷۸۱۲۵	نیازمند بازنگری
۱۴	خلاصه سرمایه	۰.۷۹۶۸۷۵	نیازمند بازنگری
۱۵	درخواست کتبی ثبت تعاونی؛ از طرف هیئت مؤسس به وزارت تعاون	۰.۴۶۸۷۵	غیر قابل قبول
۱۶	دسترسی بازرس به تمامی اسناد مالی شرکت	۰.۴۸۴۳۷۵	غیر قابل قبول
۱۷	زمینه فعالیت	۰.۷۶۵۶۲۵	نیازمند بازنگری
۱۸	سرمایه در گردش	۰.۸۵۹۳۷۵	مورد قبول
۱۹	سیاست های اجتماعی	۰.۶۷۱۸۷۵	غیر قابل قبول
۲۰	سیاست های زیست محیطی	۰.۷۵	نیازمند بازنگری
۲۱	شرایط عضویت در تعاونی	۰.۸۹۰۶۲۵	مورد قبول
۲۲	شفافیت اعتبارات و وام‌های اخذ شده	۰.۹۶۸۷۵	مورد قبول
۲۳	شفافیت حضور و غیاب در جلسات هیئت‌مدیره	۱	مورد قبول
۲۴	شفافیت حضور و غیاب در مجامع عمومی	۱	مورد قبول
۲۵	شفافیت حقوق و مزایای بازرس	۱	مورد قبول
۲۶	شفافیت حقوق و مزایای مدیران شرکت تعاونی	۱	مورد قبول
۲۷	شفافیت حقوق و مزایای هیئت‌مدیره	۱	مورد قبول
۲۸	شفافیت حقوق و مزایای مدیرعامل	۰.۷۸۱۲۵	نیازمند بازنگری
۲۹	شفافیت خط مشی و برنامه های تعاونی	۰.۷۶۵۶۲۵	نیازمند بازنگری
۳۰	شفافیت دستور جلسات هیئت‌مدیره	۰.۷۶۵۶۲۵	نیازمند بازنگری
۳۱	شفافیت ذخایر، پرداخت سود و مازاد درآمد و تقسیم آن	۰.۸۴۳۷۵	مورد قبول

ردیف	گویه‌ها	CVI	وضعیت
۳۲	شفافیت سرمایه‌گذاری‌های شرکت	۰.۸۹۰۶۲۵	مورد قبول
۳۳	شفافیت کلیات جلسات پیشین مجمع (نوع مجمع، نوبت، تاریخ، تاریخ و مکان برگزاری)	۰.۸۹۰۶۲۵	مورد قبول
۳۴	شفافیت مصوبات جلسات پیشین مجمع	۱	مورد قبول
۳۵	شفافیت مصوبات هیئت‌مدیره	۰.۷۹۶۸۷۵	نیازمند بازنگری
۳۶	شفافیت وضعیت امور مربوط به مدیرعامل (تاریخ انتخاب؛ حدود اختیارات، و وظایف)	۰.۹۰۶۲۵	مورد قبول
۳۷	شفافیت وضعیت بازرس (بازرس‌های قبلی، انصراف، اخراج، فوت، ممنوعیت، تاریخ‌های مربوط)	۰.۹۰۶۲۵	مورد قبول
۳۸	صورت سود و زیان	۱	مورد قبول
۳۹	صورت‌جلسه اولین مجمع عمومی	۰.۹۵۳۱۲۵	مورد قبول
۴۰	صورت‌جلسه تشکیل مجمع موسس	۰.۷۳۴۳۷۵	نیازمند بازنگری
۴۱	طرح پیشنهادی تقدیمی برای ثبت تعاونی	۰.۶۷۱۸۷۵	غیر قابل قبول
۴۲	گردش مالی	۰.۷۸۱۲۵	نیازمند بازنگری
۴۳	مجوز تاسیس از وزارت تعاون	۰.۷۹۶۸۷۵	نیازمند بازنگری
۴۴	مجوزهای فعالیت	۰.۸۹۰۶۲۵	مورد قبول
۴۵	تاریخ انقضای مجوزهای فعالیت	۰.۹۸۴۳۷۵	مورد قبول
۴۶	محل ثبت شرکت	۰.۷۰۳۱۲۵	نیازمند بازنگری
۴۷	مدارک تشکیل اولین مجمع عمومی؛ آگهی دعوت و تاریخ آن - صورت‌جلسه مجمع و ...	۰.۷۳۴۳۷۵	نیازمند بازنگری
۴۸	مدرک پیشنهاد اساسنامه	۰.۴۵۳۱۲۵	غیر قابل قبول
۴۹	مدرک دعوت به عضویت	۰.۳۵۹۳۷۵	غیر قابل قبول
۵۰	مرام نامه یا ارزش‌های اخلاقی	۰.۷۶۵۶۲۵	نیازمند بازنگری
۵۱	مشخصات اعضاء	۰.۷۴۳۶۲۵	نیازمند بازنگری
۵۲	مشخصات اعضای هیئت‌مدیره	۰.۸۵۹۳۷۵	مورد قبول
۵۳	مشخصات بازرس/بازرس‌ها	۰.۸۵۹۳۷۵	مورد قبول
۵۴	مشخصات هیئت‌رئیس مجمع	۰.۸۵۹۳۷۵	مورد قبول
۵۵	نام حقوقی شرکت	۰.۹۵۳۱۲۵	مورد قبول
۵۶	نوع تعاونی	۰.۸۷۵	مورد قبول



وضعیت	CVI	گویه‌ها	ردیف
نیازمند بازنگری	۰.۷۹۶۸۷۵	وضعیت سهام شرکت (آخرین تغییرات سهام شرکت)	۵۷
مورد قبول	۰.۹۶۸۷۵	وضعیت عضویت تعاونی در شرکت‌ها، اتحادیه‌ها و اتاق‌ها	۵۸
نیازمند بازنگری	۰.۷۶۵۶۲۵	وضعیت وکالت‌نامه‌ها (تعداد، اسامی اشخاص و وکلای آن‌ها و ...)	۵۹

#### ۳-۴. گروه کانونی

به منظور برگزاری جلسات گروه کانونی، تعدادی از خبرگان و متخصصان حوزه تعاون شناسایی گردیدند. پس از بررسی و مشورت با مشاوران پژوهش، ترکیب گروه کانونی، به صورت زیر لحاظ گردید: یک گروه پنج نفره متشکل از یک نفر نماینده دولت، یک نفر نماینده اتاق تعاون، یک نفر نماینده اتحادیه، یک نفر نماینده شرکت‌های تعاونی و در نهایت یک نفر ناظر بیرونی خبره در حوزه تعاون، انتخاب گردیدند. در مرحله بعدی، لیستی از اعضای منتخب برای هر حوزه تهیه شد و به ترتیب اولویت با منتخبین تماس گرفته شد. جلب رضایت منتخبین برای حضور در جلسات گروه کانونی، یکی از محدودیت‌های اصلی پژوهش بود. در نهایت، اعضای پژوهش موفق شدند تا رضایت شفاهی پنج نفر از منتخبین را جهت حضور در جلسات، اخذ نمایند. پس از اخذ رضایت، دعوت‌نامه‌های رسمی، به انضمام خلاصه گزارش پژوهش و یک جزوه شامل پرسشنامه طراحی شده برای گروه کانونی، ارسال گردید. در نهایت، در روز برگزاری جلسات، یک نفر از مدعوین در جلسات حضور نیافت و جلسات با حضور چهار نفر خبره و سه نفر از اعضای تیم پژوهش، تشکیل یافتند.

دو جلسه گروه کانونی دوساعته، در محل اندیشکده شفافیت برای ایران، تشکیل شد. اگرچه یک نسخه از خلاصه گزارش، یک هفته قبل از برگزاری جلسات، برای مدعوین ارسال گردیده بود، اما با این حال، در ابتدای جلسه اول، مدیر پژوهش، توضیحاتی درباره‌ی هدف پژوهش، روش انجام کار، اقدامات انجام شده، خروجی‌های موردانتظار و اهداف جلسات گروه کانونی، ارائه گردید.

جزوه گروه کانونی، شامل توضیحاتی درباره‌ی پژوهش، اندیشکده شفافیت برای ایران و شیوه‌ی برگزاری جلسه بود. در این جزوه، گویه‌های نهایی استخراج شده در یک جدول مجزا، در اختیار اعضای گروه قرار گرفته بود و پرسشنامه‌ی مربوط به این گویه‌ها در ادامه آورده شده بود. به ازای هر گویه، یک پرسشنامه به شرح زیر، درج گردیده بود.

در جلسه گروه کانونی، گویه‌های استخراج شده، مورد بحث و گفتگو قرار گرفتند و در نتیجه از اجماع نظرات خبرگان و کارشناسان حاضر در جلسه، برخی گویه‌ها حذف و برخی اصلاح شدند و گویه‌های جدیدی نیز اضافه شد. علاوه بر این، در این جلسه، سطوح دسترسی، زمان دسترسی، مقدار و شیوه دسترسی برای هر گویه و میزان اهمیت آن نیز سنجیده شد. روند برگزاری جلسه به این صورت بود که به طرح هر گویه و ارائه توضیحات مربوط به آن، حاضرین در جلسه به بحث و گفتگو درباره‌ی هر گویه می‌پرداختند و اعضای تیم پژوهش نقش میانجی‌گر را ایفاء می‌کردند. پژوهش‌گران تلاش می‌کردند تا دخالتی در روند تصمیم‌گیری درباره‌ی هر گویه نداشته باشند و صرفاً ابهامات را رفع و توضیحاتی درباره‌ی هر گویه ارائه دهند. پس از بحث درباره‌ی هر گویه، از حاضرین خواسته می‌شد تا نسبت به پرکردن هر پرسشنامه، اقدام کنند.

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، در نیمه‌ی دوم جلسه دوم، از حاضرین در جلسه تقاضا شد که به بحث و گفتگو پیرامون موضوعات زیر بپردازند:

- ۱- چه موانع و چالش‌هایی بر سر راه شفافیت شرکت‌های تعاونی وجود دارند؟
- ۲- اولویت‌های شفافیت در یک شرکت تعاونی کدامند؟ (از طریق مباحثه و در نهایت پرسشنامه)
- ۳- اگر یک تعاونی بخواهد به سمت شفافیت حرکت کند، به ترتیب اولویت اجرایی، چه گام‌هایی را باید طی کند؟ (اول گفتگو در پنل بعد تکمیل پرسشنامه)
- ۴- ویژگی‌های خاص هر شرکت تعاونی چه تأثیری در شفافیت آن شرکت دارد؟
- ۵- موانع شفاف‌سازی در شرکت‌های تعاونی کدامند؟
- ۶- برای تسهیل شفافیت در شرکت‌های تعاونی به چه قوانین نیاز است، چه قوانین باید اصلاح شوند و چه ساختارها و فرایندهایی باید تغییر کنند؟
- ۷- نقش اتاق‌ها و اتحادیه در فرایند شفاف‌سازی شرکت‌های تعاونی کدامند؟



اندیشکده شفافیت برای ایران

### تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

جدول ۲۳- قالب پرسشنامه گروه کانونی

شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه
سطح سه (۳)	سطح دو (۲)	سطح یک (۱)	سالانه (۱)	چندماهه (۲)	برخط (۳)	اجمالی (۱)	اقدام اثرگذار (۲)	تفصیلی (۳)	دسترسی (۱)	دسترسی بنابه درخواست (۰.۵)	عدم دسترسی (۰)			
												هیئت مدیره/بازرس اعضاء	داده‌ی بسته	
												وزارت تعاون ذی‌نفعان سایر شرکت‌ها اتاق و اتحادیه‌ها پژوهش‌گران	داده‌ی اشتراکی	
												عموم	داده‌ی باز	



### ۳-۵. جدول گویه‌های نهایی به همراه ابعاد

این جدول مستخرج از مطالعات اسنادی، میدانی، برگزاری جلسات گروه کانونی و نظرات کارشناسی اعضاء و مشاوران پژوهش است.

جدول ۲۴- جدول نهایی گویه‌های استخراج شده به همراه ابعاد و توضیحات

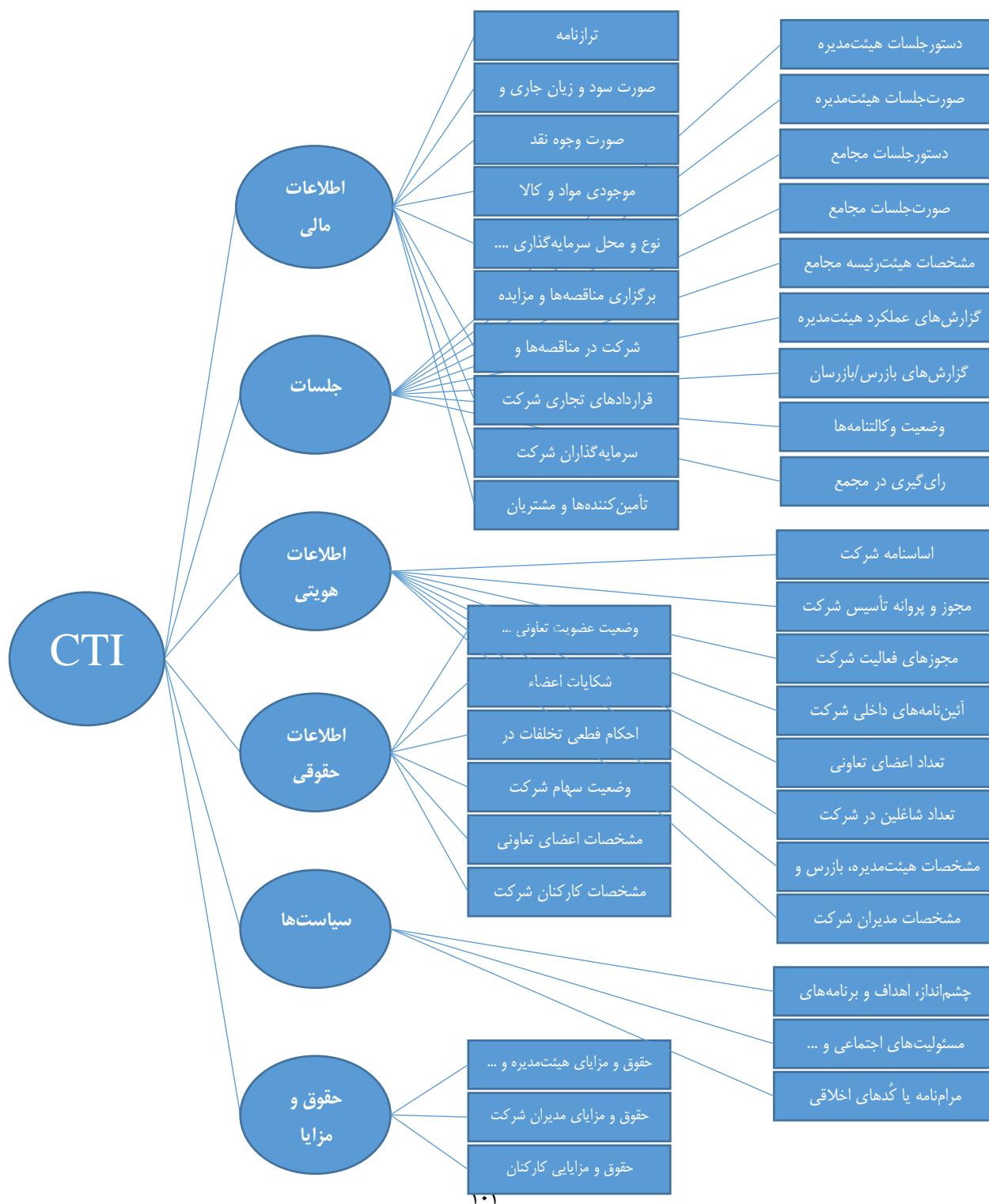
توضیحات	گویه عنوان	کُد	بُعد	
			عنوان	کُد
اجمالی: ماده ۱ اساسنامه تفصیلی: تصویر سند	اساسنامه شرکت	۰۱۰۱	اطلاعات هویتی شرکت	۰۱
اجمالی: شماره تفصیلی: تصویر سند	مجوز و پروانه تأسیس شرکت	۰۱۰۲		
اجمالی: نوع مجوز تفصیلی: تصویر سند	مجوزهای فعالیت شرکت	۰۱۰۳		
اجمالی: عناوین آیین‌نامه‌های مصوب تفصیلی: مشروح تمام آیین‌نامه‌های مصوب	آئین‌نامه‌های داخلی شرکت	۰۱۰۴		
-	تعداد اعضای تعاونی	۰۱۰۵		
-	تعداد شاغلین در شرکت	۰۱۰۶		
اجمالی: نام‌ونام‌خانوادگی و کدملی تفصیلی: اجمالی+ شماره تماس، تاریخ انتخاب، دوره، رزومه	مشخصات هیئت‌مدیره، بازرس و مدیرعامل	۰۱۰۷		
اجمالی: نام‌ونام‌خانوادگی تفصیلی: اجمالی+ کد ملی، شماره تماس، رزومه	مشخصات مدیران شرکت	۰۱۰۸	اطلاعات حقوقی	۰۲
اجمالی: فقط اسامی تفصیلی: تأییدیه عضویت، تکالیف و تعهدات	وضعیت عضویت تعاونی در اتحادیه‌ها و اتاق‌ها	۰۲۰۱		
اجمالی: فهرست شکایات (تعداد و موضوع) تفصیلی: اجمالی+ تاریخ، مشروح شکایت، فرایند رسیدگی و نتایج	شکایت‌های اعضاء	۰۲۰۲		
اجمالی: فهرست احکام (تعداد و موضوع) تفصیلی: اجمالی+ تاریخ، مشروح شکایت، فرایند رسیدگی و مشروح احکام	احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی یا دولتی	۰۲۰۳		
اجمالی: اسامی سهام‌داران کلان (بیش از ۱۰ درصد) تفصیلی: اجمالی+ میزان سهام، وضعیت سهامدار (عضو/غیرعضو، حقیقی/حقوقی)	وضعیت سهام شرکت	۰۲۰۴		
اجمالی: نام‌ونام‌خانوادگی تفصیلی: اجمالی+ کدملی و شماره تماس	مشخصات اعضای تعاونی	۰۲۰۵		
اجمالی: نام‌ونام‌خانوادگی تفصیلی: اجمالی+ کدملی و شماره تماس	مشخصات کارکنان شرکت	۰۲۰۶		
اجمالی: تراز در سطح کل اقدام اثرگذار: تراز چند مورد در سطح معین تفصیلی: در سطح تفصیلی	ترازنامه	۰۳۰۱		
اجمالی: در سطح معین تفصیلی: صورت در سطح تفصیلی	صورت سود و زیان جاری و انباشته	۰۳۰۲		



توضیحات	گویه عنوان	کد	بُعد	
			عنوان	کد
اجمالی: در سطح کل اقدام اثرگذار: در سطح معین تفصیلی: صورت در سطح تفصیلی	صورت وجوه نقد	۰۳۰۳	اطلاعات مالی شرکت	
اجمالی: در سطح معین تفصیلی: صورت در سطح تفصیلی	موجودی مواد و کالا	۰۳۰۴		
اجمالی: محل سرمایه‌گذاری تفصیلی: اجمالی + نوع و میزان و مدت	نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت	۰۳۰۵		
اجمالی: عنوان مناقصه و مزایده تاریخ، نوع، شرح مناقصه و مزایده (آگهی) تفصیلی: اجمالی + معیارهای انتخاب، هیئت انتخاب، پیشنهادها، برنده	برگزاری مناقصه‌ها و مزایده‌ها	۰۳۰۶		
اجمالی: عنوان مناقصه و مزایده تاریخ، نوع، شرح مناقصه و مزایده (آگهی) تفصیلی: اجمالی + پیشنهادهای شرکت، نتایج	شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها	۰۳۰۷		
اجمالی: عناوین قراردادها تفصیلی: تصویر سند کل قراردادها	قراردادهای تجاری شرکت	۰۳۰۸		
اجمالی: اطلاعات هویتی سرمایه‌گذار تفصیلی: اجمالی + نوع و میزان و مدت	سرمایه‌گذاران شرکت (غیرعضو و غیرسهام‌دار)	۰۳۰۹		
اجمالی: اسامی تامین‌کننده‌ها و مشتریان تفصیلی: اجمالی + عنوان، حجم معامله، مشخصات تامین‌کننده یا مشتری	تامین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت	۰۳۱۰		
اجمالی: زمان تفصیلی: اجمالی + مکان و عناوین موضوعات	دستورجلسات هیئت‌مدیره	۰۴۰۱	جلسات	۰۴
اجمالی: زمان تفصیلی: اجمالی + مکان، حضور و غیاب، جزئیات آراء، مصوبه (عنوان، مجری و مهلت زمانی)	صورت‌جلسات هیئت‌مدیره	۰۴۰۲		
اجمالی: زمان و مکان تفصیلی: اجمالی + عناوین موضوعات	دستورجلسات مجامع	۰۴۰۳		
اجمالی: زمان و مکان تفصیلی: اجمالی + حضور و غیاب و مشروح مذاکرات، مصوبه (عنوان، مجری و مهلت زمانی)	صورت‌جلسات مجامع	۰۴۰۴		
اجمالی: نام‌ونام‌خانوادگی تفصیلی: اجمالی + شماره تماس	مشخصات هیئت‌رئیس مجامع	۰۴۰۵		
اجمالی: تیتراژ اقدامات تفصیلی: مشروح اقدامات	گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره	۰۴۰۶		

توضیحات	گویه عنوان	کُد	بُعد	
			عنوان	کُد
اجمالی: تیترا اقدامات تفصیلی: مشروح و نتایج اقدامات	گزارش‌های بازرس/ بازرس‌ها	۰۴۰۷		
اجمالی: اسامی وکلا و موکلین تفصیلی: اجمالی + تأییدیه هیئت‌رئیس	وضعیت وکالت‌نامه‌ها	۰۴۰۸		
اجمالی: نتایج آراء (به تفکیک موافق و مخالف) تفصیلی: اجمالی + تعداد تعرفه‌ها و تعداد حاضرین در زمان رأی‌گیری	رأی‌گیری در مجمع	۰۴۰۹		
اجمالی: ناخالص دریافتی تفصیلی: اجمالی + مزایا	حقوق و مزایای هیئت‌مدیره، بازرس/بازرس‌ها و مدیرعامل	۰۵۰۱	حقوق و مزایا	۰۵
اجمالی: ناخالص دریافتی تفصیلی: اجمالی + مزایا	حقوق و مزایای مدیران شرکت	۰۵۰۲		
اجمالی: ناخالص دریافتی تفصیلی: اجمالی + مزایا	حقوق و مزایای کارکنان شرکت	۰۵۰۳		
اجمالی: تیترا اهداف و برنامه‌ها تفصیلی: اجمالی + شرح اهداف و سندهای پشتیبان	چشم‌انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت	۰۶۰۱	سیاست‌های شرکت	۰۶
اجمالی: عنوان برنامه‌ها تفصیلی: اجمالی + شرح برنامه‌ها و سندهای پشتیبان	مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی	۰۶۰۲		
تفصیلی: انتشار اجمالی و اقلام اثرگذار نداریم	مرام‌نامه یا کدهای اخلاقی شرکت	۰۶۰۳		
۳۹	مجموع تعداد گویه‌ها			

### ۳-۵-۱. نمودار شاخص CTI



جدول ۲۵ - جدول شاخص CTI

بُعد شفافیت اطلاعات مالی شرکت	بُعد شفافیت جلسات شرکت و مجامع	بُعد شفافیت اطلاعات هویتی شرکت	بُعد شفافیت اطلاعات حقوقی شرکت	بُعد شفافیت سیاست‌های شرکت	بُعد شفافیت حقوق و مزایا در شرکت
ترازنامه	دستور جلسات هیئت‌مدیره	اساسنامه شرکت	وضعیت عضویت تعاونی در شرکت‌ها، اتحادیه‌ها و اتاق‌ها	چشم انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت	حقوق و مزایای هیئت‌مدیره، بازرس/بازرس‌ها و مدیرعامل
صورت سود و زیان جاری و انباشته	صورت جلسات هیئت‌مدیره	مجوز و پروانه تأسیس شرکت	شکایت‌های اعضاء	مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی	حقوق و مزایای مدیران شرکت
صورت وجوه نقد	دستور جلسات مجامع	مجوزهای فعالیت شرکت	احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی و دولتی	مرام‌نامه یا کدهای اخلاقی شرکت	حقوق و مزایای کارکنان شرکت
موجودی مواد و کالا	صورت جلسات مجامع	آئین‌نامه‌های داخلی شرکت	وضعیت سهام شرکت	۳	۳
نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت	مشخصات هیئت‌رئیس مجامع	تعداد اعضای تعاونی	مشخصات اعضای تعاونی		
برگزاری مناقصه‌ها و مزایده‌ها	گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره	تعداد شاغلین در شرکت	مشخصات کارکنان شرکت		
شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها	گزارش‌های بازرس/بازرس‌ها	مشخصات هیئت‌مدیره، بازرس و مدیرعامل	۶		
قراردادهای تجاری شرکت	وضعیت و کالت‌نامه‌ها	مشخصات مدیران شرکت			
سرمایه‌گذاران شرکت (غیرعضو و غیرسهام‌دار)	رای‌گیری در مجمع	۸			
تأمین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت	۹				
۱۰					

مجموع تعداد گویه‌ها: ۳۹

### ۳-۶. جمع بندی فصل سوم

پس از استخراج ۳۹ گویه و دسته‌بندی آن‌ها در شش بُعد، از آن جایی که گویه‌ها در مقایسه با یکدیگر، از لحاظ میزان اهمیت، وزن یکسانی ندارند، اقدام به وزن‌دهی به گویه‌ها گردید. میزان اهمیت یک گویه تحت تأثیر سه عامل قرار دارد:

- ۱- اهمیت تبعات مثبت ناشی از انتشار آن؛
- ۲- اهمیت تبعات منفی عدم انتشار؛
- ۳- مطالبه یا انتظار کاربران برای انتشار.

برای وزن‌دهی به گویه‌ها از «فرایند تحلیل سلسله مراتبی»<sup>۱</sup>، استفاده گردید. این روش، یکی از روش‌های تصمیم‌گیری است و از آن برای رتبه‌بندی و تعیین اهمیت عوامل با استفاده از مقایسات زوجی گزینه‌ها استفاده می‌شود. هدف «فرایند تحلیل سلسله مراتبی» انتخاب بهترین گزینه بر اساس معیارهای مختلف از طریق مقایسه زوجی است. در این پژوهش، معیار مقایسه‌ی گویه‌ها، میزان اهمیت گویه از منظر اصول شش‌گانه‌ی شفافیت است. برای انجام فرایند وزن‌دهی به گویه‌ها به روش «فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی» از نرم‌افزار آن‌لاین AHP Online System<sup>۲</sup> استفاده گردید.

فرایند کار به این صورت بود که ابتدا از خبرگان<sup>۳</sup> خواسته شد تا ابعاد شش‌گانه شاخص CTI را به لحاظ میزان اهمیت، با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) وزن‌دهی کنند که نتایج آن، در جدول ۲۶- وزن‌دهی و رتبه‌بندی ابعاد شاخص CTI آورده شده است. در مرحله‌ی بعدی، خبرگان، اقدام به وزن‌دهی گویه‌ها در درون هر بُعد کردند. علت جداسازی وزن‌دهی گویه‌ها در درون ابعاد، این است که مقایسه گویه‌ها از ابعاد با یکدیگر دشوار و غیرمنطقی است. نمی‌توان به سادگی، بین یک گویه از یک بُعد خاص و یک گویه از بُعد دیگر، مقایسه انجام داد. لذا، پس از وزن‌دهی به ابعاد، گویه‌های هر بُعد نیز در درون آن بُعد، با یکدیگر

<sup>۱</sup>- Analytical Hierarchy process (AHP)

<sup>۲</sup>- <https://bpmmsg.com/ahp/>

<sup>۳</sup> - خبرگان شرکت‌کننده در روش AHP شامل چهار نفر از پژوهش‌گران این پژوهش بوده است.

مقایسه شدند. نتایج حاصل از مقایسه گویه‌ها در درون ابعاد در جدول ۲۷- وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها به تفکیک بُعد آورده شده است. پس از وزن‌دهی به ابعاد و گویه‌ها در درون هر بُعد، از حاصل ضرب وزن حاصل شده از تحلیل سلسله‌مراتبی ابعاد با یکدیگر و وزن حاصل شده از تحلیل سلسله‌مراتبی گویه‌ها در درون هر بُعد، وزن هر گویه در شاخص CTI را به دست می‌دهد. به‌طور خلاصه، سه نوع ضریب و اولویت‌بندی در این گزارش به دست آمده است:

- ۱- وزن‌دهی و رتبه‌بندی ابعاد شاخص CTI
- ۲- وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها به تفکیک بُعد
- ۳- وزن‌دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها بدون احتساب بُعد

### ۱-۶-۳. وزن‌دهی و رتبه‌بندی ابعاد شاخص CTI

ابعاد شش‌گانه‌ی شاخص CTI با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) رتبه‌دهی و وزن‌دهی گردیدند. نتایج حاصل شده نشان می‌دهد که بُعد شفافیت اطلاعات مالی شرکت، با اختلاف قابل توجه، از سایر ابعاد مهم‌تر است. همچنین، بُعد سیاست‌های شرکت، از نظر خبرگان، کم‌اهمیت‌ترین بُعد شاخص است. در جدول زیر، نتایج به‌دست آمده، قابل ملاحظه است.

جدول ۲۶- وزن‌دهی و رتبه‌بندی ابعاد شاخص CTI

رتبه‌بندی بر اساس اهمیت	بُعد	امتیاز AHP
۱	شفافیت اطلاعات مالی شرکت	٪ ۴۰/۶
۲	شفافیت جلسات شرکت و مجامع	٪ ۱۹/۸
۳	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت	٪ ۱۷/۲
۴	شفافیت اطلاعات حقوقی شرکت	٪ ۹/۹
۵	شفافیت حقوق و مزایا در شرکت	٪ ۸/۳
۶	شفافیت سیاست‌های شرکت	٪ ۴/۲
درصد توافق خبرگانی AHP		٪ ۷۹/۱
نرخ سازگاری (CR max)		۰.۰۲۱

### ۲-۶-۳. وزن دهی و رتبه‌بندی گویه‌های شاخص CTI

در این بخش، ابتدا، گویه‌ها به تفکیک بُعد، وزن دهی و رتبه‌بندی شده‌اند و سپس با ضرب وزن گویه در بُعد در وزن بُعد مربوطه، وزن گویه در شاخص CTI در جدول ۲۸- وزن دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها بدون احتساب بُعد به دست آمده است.

### ۱-۲-۶-۳. وزن دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها به تفکیک بُعد

در جدول زیر، ضریب AHP هر گویه در درون بُعد مربوطه آورده شده است. جدول به ترتیب اولویت ابعاد و ترتیب گویه‌ها در درون هر بُعد، چیده شده است.

جدول ۲۷- وزن دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها به تفکیک بُعد

اولویت	بُعد	AHP بُعد	اولویت در بُعد	گویه	AHP گویه در بُعد
۱	شفافیت اطلاعات مالی شرکت	۴۰/۶٪	۱	صورت سود و زیان جاری و انباشته	۲۱.۵٪
			۲	ترازنامه	۱۹.۵٪
			۳	نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت	۱۳.۷٪
			۴	صورت وجوه نقد	۱۲.۲٪
			۵	قراردادهای تجاری شرکت	۹.۶٪
			۶	سرمایه‌گذاران شرکت	۷.۱٪
			۷	برگزاری مناقصه و مزایده	۵٪
			۸	موجودی مواد و کالا	۴.۲٪
			۹	تأمین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت	۳.۹٪
			۱۰	شرکت در مناقصه و مزایده	۳.۳٪
۲	شفافیت جلسات شرکت و مجامع	۱۹/۸٪	۱	گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره	۱۹.۳٪
			۲	گزارش‌های بازرس/بازرس‌ها	۱۶.۹٪



اولویت	بُعد	AHP بُعد	اولویت در بُعد	گویه	AHP گویه در بُعد			
			۳	رای‌گیری در مجامع	٪ ۱۶.۴			
			۴	صورت‌جلسات مجامع	٪ ۱۲.۶			
			۵	وضعیت و کالت‌نامه‌ها	٪ ۱۰.۹			
			۶	صورت‌جلسات هیئت‌مدیره	٪ ۹.۸			
			۷	دستورجلسات مجامع	٪ ۵.۹			
			۸	دستورجلسات هیئت‌مدیره	٪ ۵.۱			
			۹	مشخصات هیئت‌رئیس مجامع	٪ ۳			
			۳	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت	٪ ۱۷/۲	۱	اساسنامه شرکت	٪ ۲۳.۸
						۲	مجوزهای فعالیت شرکت	٪ ۱۸.۶
۳	مجوز و پروانه تاسیس شرکت	٪ ۱۸.۴						
۴	مشخصات هیئت‌مدیره، بازرس/بازرس‌ها و مدیرعامل	٪ ۱۳.۹						
۵	آئین‌نامه‌های داخلی شرکت	٪ ۹.۱						
۶	مشخصات مدیران شرکت	٪ ۸.۴						
۷	تعداد اعضای تعاونی	٪ ۵.۲						
۸	تعداد شاغلین در شرکت	٪ ۲.۷						
۴	شفافیت اطلاعات حقوقی شرکت	٪ ۹/۹	۱	احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی یا دولتی	٪ ۳۳			
			۲	وضعیت سهام شرکت	٪ ۳۰.۹			
			۳	شکایت‌های اعضا	٪ ۱۴.۹			
			۴	وضعیت عضویت تعاونی در اتاق‌ها و اتحادیه‌ها	٪ ۱۱.۵			
			۵	مشخصات اعضای تعاونی	٪ ۶.۱			
			۶	مشخصات کارکنان شرکت	٪ ۳.۷			
۵		٪ ۸/۳	۱	حقوق و مزایای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس	٪ ۶۲.۱			

اولويت	بُعد	AHP بُعد	اولويت در بُعد	گويه	AHP گويه در بُعد
	شفافيت حقوق و مزايای در شركت		۲	حقوق و مزايای مديران شركت	٪ ۲۷.۱
			۳	حقوق و مزايای كاركنان شركت	٪ ۱۰.۷
۶	شفافيت سياست‌هاي شركت	٪ ۴.۲	۱	چشم انداز، اهداف و برنامه‌هاي شركت	٪ ۵۹.۱
			۲	مرام‌نامه يا كدهای اخلاقی	٪ ۲۵.۵
			۳	مسئوليت‌هاي اجتماعي و زيست‌محيطي	٪ ۱۵.۳

### ۲-۲-۶-۳. وزن دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها بدون احتساب بُعد

پس از محاسبه وزن ابعاد و گویه‌ها به تفکیک بُعد، در جدول زیر، وزن و رتبه‌ی گویه‌ها بدون احتساب بُعد، آورده شده است. این ضریب، از حاصل‌ضرب وزن بُعد در وزن گویه‌ی به تفکیک بُعد، به دست آمده است.

جدول ۲۸- وزن دهی و رتبه‌بندی گویه‌ها بدون احتساب بُعد

اولويت	گويه	ضريب گويه در شاخص CTI
۱	صورت سود و زیان جاری و انباشته	۸.۷۳
۲	ترازنامه	۷.۹۲
۳	نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شركت	۵.۵۶
۴	حقوق و مزايای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس	۵.۱۵
۵	صورت وجوه نقد	۴.۹۵

اولویت	گویه	ضریب گویه در شاخص CTI
۶	اساسنامه شرکت	۴.۰۹
۷	قراردادهای تجاری شرکت	۳.۹
۸	گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره	۳.۸۲
۹	گزارش‌های بازرس/بازرس‌ها	۳.۳۵
۱۰	احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی یا دولتی	۳.۲۷
۱۱	رای‌گیری در مجامع	۳.۲۵
۱۲	مجوزهای فعالیت شرکت	۳.۲
۱۳	مجوز و پروانه تاسیس شرکت	۳.۱۶
۱۴	وضعیت سهام شرکت	۳.۰۶
۱۵	سرمایه‌گذاران شرکت	۲.۸۸
۱۶	صورت‌جلسات مجامع	۲.۴۹
۱۷	چشم انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت	۲.۴۸
۱۸	مشخصات هیئت‌مدیره، بازرس/بازرس‌ها و مدیرعامل	۲.۳۹
۱۹	حقوق و مزایای مدیران شرکت	۲.۲۵
۲۰	وضعیت وکالت‌نامه‌ها	۲.۱۶
۲۱	برگزاری مناقصه و مزایده	۲.۰۳
۲۲	صورت‌جلسات هیئت‌مدیره	۱.۹۴
۲۳	موجودی مواد و کالا	۱.۷۱
۲۴	تأمین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت	۱.۵۸
۲۵	آئین‌نامه‌های داخلی شرکت	۱.۵۷
۲۶	شکایتهای اعضا	۱.۴۸
۲۷	مشخصات مدیران شرکت	۱.۴۴



انديشكده شفافيت براي ايران

## تدوين شاخص شفافيت براي شركت‌هاي تعاوني در ايران



معاونت امور تعاون

اولويت	گويه	ضريب گويه در شاخص CTI
۲۸	شركت در مناقصه و مزايده	۱.۳۴
۲۹	دستور جلسات مجامع	۱.۱۷
۳۰	وضعيت عضويت تعاوني در اتاق‌ها و اتحاديدها	۱.۱۴
۳۱	مرام‌نامه يا كدهاي اخلاقي	۱.۰۷
۳۲	دستور جلسات هيئت‌مديره	۱.۰۱
۳۳	تعداد اعضاي تعاوني	۰.۸۹
۳۴	حقوق و مزايای کارکنان شركت	۰.۸۹
۳۵	مسئوليت‌هاي اجتماعي و زيست‌محيطي	۰.۶۴
۳۶	مشخصات اعضاي تعاوني	۰.۶
۳۷	مشخصات هيئت‌رئيسه مجامع	۰.۵۹
۳۸	تعداد شاغلين در شركت	۰.۵
۳۹	مشخصات کارکنان شركت	۰.۳۷

## ۴ - فصل چهارم: ارائه کاربست و پیشنهادهای

در این بخش، به ارائه یک کاربست برای عملیاتی‌سازی شاخص CTI و ارائه پیشنهادات سیاستی پرداخته می‌شود.

### ۴-۱. کاربست

پس از استخراج شاخص شفافیت شرکت‌های تعاونی (CTI) یک کاربست جهت سنجش شرکت‌های تعاونی در ایران با این شاخص، طراحی گردید. در این بخش به ارائه این کاربست پرداخته می‌شود. منظور از کاربست (application) سازوکار سنجش شاخص در هر شرکت تعاونی است. به طوری که در نهایت یک عدد برای هر شرکت به دست آید به طوری که بتوان این شرکت را با وضعیت مطلوب پیشنهادی پژوهش و با سایر شرکت‌ها مقایسه کرد. برای هر گویه، یک جدول وضعیت مطلوب و یک جدول ارزیابی وضعیت شرکت وجود دارد. در مرحله‌ی نخست، وضعیت مطلوب هر گویه استخراج و در مرحله‌ی ارزیابی، وضعیت هر گویه برای هر شرکت، به کمک این جدول، ارزیابی می‌شود. در پیوست جدول وضعیت مطلوب برای هر گویه، به تفکیک آورده شده است.

#### ۴-۱-۱. شیوه محاسبه امتیازها در شاخص<sup>۱</sup>

شاخص CTI از شش بُعد و ۳۹ گویه تشکیل شده است. هدف از طراحی این شاخص، نه تنها سنجش میزان شفافیت در شرکت‌های تعاونی، بلکه تعیین نقطه‌ی بهینه یا مطلوب شفافیت برای شرکت‌های تعاونی است. به عبارت ساده‌تر، شاخص CTI، نه تنها همانند دماسنج، میزان شفافیت یک شرکت تعاونی را بسنجد، بلکه ضمن ارائه یک مدل مطلوب، امکان مقایسه وضعیت شرکت مورد بررسی با وضعیت بهینه یا مطلوب را نیز فراهم می‌کند. لذا، به ازای هر گویه، پیشاپیش یک وضعیت مطلوب پیش‌بینی شده است که پس از ارزیابی هر شرکت تعاونی، امکان مقایسه نتایج حاصل شده با امتیاز مطلوب، وجود دارد.

<sup>۱</sup>- فایل اکسل کاربست شاخص CTI به پیوست گزارش، به کارفرما ارائه گردیده است.



اندیشکده شفافیت برای ایران

## تدوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

جدول ۲۹- شیوه محاسبه امتیاز هرگویه در شاخص CTI

سرستون	وضعیت	نوع امتیاز	امتیاز	توضیحات
دسترسی	دارد	ضریب	۱	در صورت کسب امتیاز یک، می‌توان سایر امتیازها را محاسبه کرد
	بنابه درخواست	ضریب	۰/۵	در صورتی که اطلاعات زمانی ارائه بشود که کاربر درخواست کند، ضریب ۰.۵ لحاظ می‌شود
	ندارد	ضریب	۰	در صورت عدم دسترسی با توجه به کسب امتیاز صفر در سطر مورد بررسی، امتیاز نهایی صفر می‌شود
مقدار اطلاعات	اجمالی	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۱	-
	اقلام‌اثرگذار	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۲	-
	تفصیلی	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۳	-
زمان انتشار اطلاعات	سالانه	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۱	-
	چندماهه	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۲	-
	برخط	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۳	-
شیوه انتشار اطلاعات	سطح یک	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۱	-
	سطح دو	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۲	-
	سطح سه	جمع با امتیاز سه سرستون بعدی	۳	-
اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	بسیار کم	ضریب	۱	ضرب در مجموع امتیاز حاصل شده از سه سرستون قبلی می‌شود
	کم	ضریب	۲	ضرب در مجموع امتیاز حاصل شده از سه سرستون قبلی می‌شود
	متوسط	ضریب	۳	ضرب در مجموع امتیاز حاصل شده از سه سرستون قبلی می‌شود
	زیاد	ضریب	۴	ضرب در مجموع امتیاز حاصل شده از سه سرستون قبلی می‌شود
	بسیار زیاد	ضریب	۵	ضرب در مجموع امتیاز حاصل شده از سه سرستون قبلی می‌شود
وزن گویه نسبت به سایر گویه‌ها	بین ۰ تا ۱	ضریب	بین ۰ تا ۱	ضرب در امتیاز نهایی می‌شود

جدول ۳۰- انواع امتیازها در سنجش وضعیت شفافیت یک شرکت با شاخص CTI

عنوان	عنوان به انگلیسی	علامت اختصاری	توضیح	شیوه محاسبه
وضعیت مطلوب	امتیاز مطلوب هر گویه به تفکیک هر کاربر	OSI/U	نشان‌دهنده‌ی میزان مطلوب اطلاعاتی است که از یک شرکت انتظار می‌رود در اختیار یک کاربر خاص قرار دهد	از ضرب مجموع امتیازهای مربوط به سه ستون «مقدار اطلاعات»، «زمان انتشار اطلاعات» و «شیوه انتشار اطلاعات» در میزان اهمیت گویه برای کاربر، حاصل می‌شود.
	امتیاز مطلوب هر گویه	OSI	نشان‌دهنده‌ی میزان بهینه یا مطلوب اطلاعاتی است که از یک شرکت تعاونی، انتظار می‌رود درباره‌ی آن گویه، منتشر کند.	از جمع OSI/U به ازای تمام کاربران، به دست می‌آید.
	امتیاز مطلوب CTI	CTIOS	نشان‌دهنده‌ی میزان بهینه یا مطلوب اطلاعاتی است که یک شرکت تعاونی، باید برای شش دسته کاربر معین، منتشر کند.	از جمع OSI‌های تمام گویه‌ها به دست می‌آید
ارزیابی یک شرکت تعاونی	امتیاز شرکت در هر گویه به تفکیک کاربر	CSI/U	نشان‌دهنده‌ی میزان اطلاعاتی است که شرکت مورد بررسی، در اختیار آن کاربر قرار داده است	از جمع امتیازهای مربوط به سه ستون «مقدار اطلاعات»، «زمان انتشار اطلاعات» و «شیوه انتشار اطلاعات» ضرب در امتیاز گویه برای کاربر، حاصل می‌شود.
	امتیاز شرکت در هر گویه	CSI	نشان‌دهنده‌ی میزان اطلاعاتی است که شرکت مورد بررسی، درباره‌ی آن گویه‌ی خاص، برای مجموع کاربران گویه، منتشر می‌کند.	از جمع CSI/U به ازای تمام کاربران، به دست می‌آید.
	امتیاز شرکت در CTI	CTIS	نشان‌دهنده‌ی میزان اطلاعاتی است که شرکت مورد بررسی، برای شش دسته کاربر معین، منتشر می‌کند.	از جمع CSI‌های تمام گویه‌ها به دست می‌آید



اندیشکده شفافیت برای ایران

## ندوین شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در ایران



معاونت امور تعاون

### ۲-۱-۴. مثال: وضعیت مطلوب برای یک شرکت در گویه اساسنامه

جدول ۳۱- وضعیت مطلوب برای یک شرکت در گویه اساسنامه

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقلام انرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	اساسنامه	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵			*	*			*			*			اعضا			
۵			*	*			*			*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۳			*	*			*			*			ذی‌نفعان			
۱			*	*			*			*			سایر شرکت‌ها			
۳			*	*			*			*			اتاقی و اتحادیه‌ها			
۱			*	*			*			*			پژوهشگران			
۳			*	*			*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه امتیاز			
۹/۹۵	۷/۴۵			۱۸۲			۶	۴/۰۹٪	۱	۲۳/۸٪	۳	۱۷/۳٪	عدد			



### ۴-۱-۳. وضعیت موجود یک شرکت تعاونی در گویه اساسنامه (مستخرج از پایلوت شرکت اول)<sup>۱</sup>

جدول ۳۲- وضعیت موجود یک شرکت تعاونی در گویه اساسنامه (مستخرج از پایلوت شرکت اول)

تحلیل انحراف	امتیاز		شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه
	امتیاز مطلوب	امتیاز ارزیابی	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقلام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنابه درخواست	عدم دسترسی			
0	35	35			*	*			*			*			هیئت مدیره بازرس	داده بسته	اساسنامه
-25	35	10			*				*				*		اعضا		
0	35	35			*	*			*			*			وزارت تعاون	داده اشتراکی	
-16/5	21	4/5			*				*			*			ذی شفعان		
-7	7	0											*		سایر شرکتها		
-16/5	21	4/5			*				*			*			اتاق و اتحادیهها		
-7	7	0											*		پژوهشگران	داده باز	
-21	21	0											*		عموم		
نمودار انحرافی		نمودار مطلوب		ملاحظات:													
میزان انحراف گویه از حد مطلوب	حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز ارزیابی گویه با احتساب ضریب اهمیت	رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب رتبه/امتیاز					
-3/81	۹/۹۵	۷/۴۵	۳/۶۴	۶	۴/۷٪	۱	۲۳/۸٪	۰	۰/۰٪	عدد							

<sup>۱</sup>- این جدول از پایلوت یک شرکت تعاونی اخذ گردیده است.

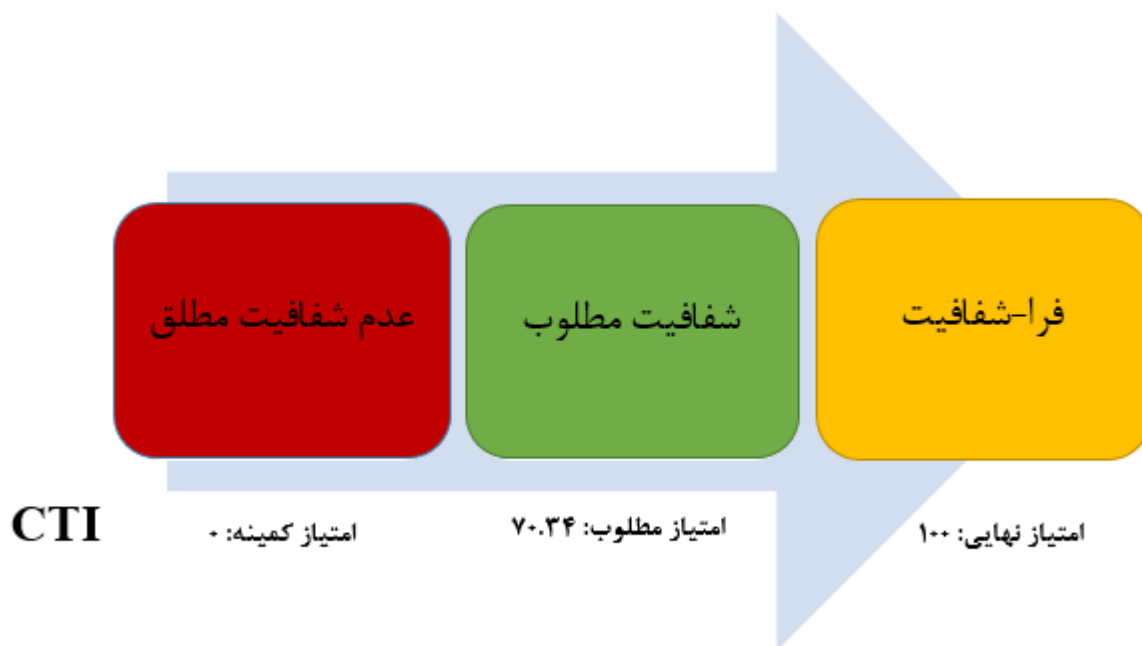
#### ۴-۱-۴. بازه‌ی امتیاز شاخص

هدف از انجام این پژوهش، طراحی یک شاخص برای سنجش میزان شفافیت در شرکت‌های تعاونی و تعیین حد مطلوب یا بهینه آن بود. اگرچه شفافیت در شرکت‌های تعاونی، یک امر مطلوب است، اما یک شرکت تماماً شفاف، ممکن است دچار مشکلاتی شود که این مشکلات به عملکرد شرکت آسیب برساند. لذا، باید گفت، اگرچه شفافیت یک امر مطلوب است اما تعیین مرزهای آن بسیار مهم است. چه اطلاعاتی، به چه مقدار، در چه زمانی، به چه صورتی، در اختیار چه کسی و در چه قالبی باید منتشر شوند. مسئله‌ای که در این پژوهش همواره مدنظر قرار گرفت. لذا شاخص CTI، علاوه بر سنجش میزان شفافیت در شرکت‌های تعاونی، میزان بهینه یا مطلوب انتشار اطلاعات را نیز، به تفکیک هر کاربر در هر گویه، هر گویه، هر بُعد و میزان نهایی شاخص مشخص می‌کند. این تفکیک از آن جایی حائز اهمیت است که یک شرکت ممکن است، در امتیاز نهایی شاخص از نظر شفافیت در وضعیت مطلوب قرار داشته باشد، اما در برخی گویه‌ها اطلاعات بیش از حد و در برخی گویه‌ها اطلاعات کم‌تری منتشر کرده باشد. یا برخی اطلاعات را بیش از حد مطلوب در اختیار یک کاربر خاص قرار دهد و در عوض اطلاعات کم‌تری در اختیار سایر کاربران قرار دهد. به منظور جلوگیری از چنین مسئله‌ای، نقاط بهینه یا مطلوب، کمک می‌کنند تا میزان انحراف شفافیت یک شرکت برای هر کاربر در امتیاز نهایی شاخص، در هر امتیاز هر بُعد، امتیاز هر گویه و امتیاز هر گویه برای یک کاربر خاص، مشخص شود. از نظر پژوهش حاضر، یک شرکت تعاونی شفاف، شرکتی است که الگوی انتشار اطلاعات آن، از سطح کاربر تا سطح امتیاز نهایی، منطبق با الگوی مطلوب ارائه شده باشد. به میزانی که یک شرکت از الگوی تعیین شده پیروی می‌کند، در وضعیت بهینه قرار دارد.

اما پرسش اساسی این است که اگر یک شرکت تعاونی، اقدام به انتشار اطلاعات بیش از حد مطلوب کند، در تحلیل وضعیت شفافیت در این شرکت چه باید گفت؟ شاخص CTI برای هر شرکت تعاونی، از صفر تا صد، یک امتیاز اختصاص می‌دهد. امتیاز صد، یعنی بالاترین میزان شفافیت در یک شرکت تعاونی؛ یعنی هیچ داده‌ای وجود ندارد که از کاربری، چه داخل و چه خارج از شرکت، پوشیده شده باشد. نقطه‌ی بهینه‌ی شاخص CTI که از محاسبه امتیازهای گویه‌ها و ضرایب آن‌ها در شاخص به دست آمده است، عدد ۷۰.۳۴ را نشان می‌دهد. منظور این است که از نظر شاخص CTI هر چه مجموع امتیاز یک شرکت تعاونی، به این عدد نزدیک‌تر باشد، از منظر شفافیت، این شرکت مطلوب‌تر است. در صورتی که امتیاز نهایی یک شرکت از این

عدد فراتر برود، به‌طور کلی نمی‌توان گفت، این شرکت از منظر شفافیت نامطلوب است، بلکه شرکت مذکور، به‌طور موردی باید مورد بررسی قرار بگیرد تا مشخص شود که در کدام گویه و برای کدام کاربر، اطلاعات مزاد بر وضعیت مطلوب منتشر کرده است و تبعات این حد از شفافیت چه خواهد بود. به عبارت دیگر، برای شرکت‌هایی که امتیاز نهایی آن‌ها از امتیاز مطلوب شاخص فراتر باشد، نیاز به بررسی موردی است. البته، وضعیت مطلوب، محدود به امتیاز نهایی CTI نیست و در سطح کاربر/گویه، گویه، بعد نیز محاسبه شده است و پس از ارزیابی شرکت، می‌توان میزان انحراف یا مطابقت را در هر کدام ملاحظه کرد. چه بسا امتیاز نهایی یک شرکت، نزدیک به وضعیت مطلوب باشد اما نحوه انتشار، مقدار انتشار، کاربر داده و زمان انتشار به درستی انتخاب نشده باشد و از وضعیت مطلوب بیش‌تر یا کم‌تر باشد.

در این پژوهش، در اشاره به شرکت‌هایی که امتیاز نهایی آن‌ها در شاخص CTI و حتی در تک تک ابعاد، گویه‌ها و کاربران هر گویه، فراتر از حد مطلوب باشد، اصطلاحاً گفته می‌شود این شرکت وارد فضای فرا-شفافیت<sup>۱</sup> شده است.



شکل ۱۶- بازه‌ی امتیاز CTI

<sup>۱</sup>- Over-Transparent

## ۴-۲. پیشنهادهای سیاستی

در این بخش، برخی از پیشنهادهای مستخرج از مطالعات اسنادی و میدانی، ذکر گردیده است.

### ۴-۲-۱. مشارکت بازیگران عمده بخش تعاون در شفافیت

همان‌گونه که در شکل ۲- ملاحظه شد، بخش تعاونی کشور را می‌توان به چهار حوزه‌ی دولت، شرکت‌های تعاونی، اتحادیه‌ها و اتاق‌ها، تقسیم کرد. پرواضح است که این حوزه‌ها در ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر قرار دارند و هیچ حوزه‌ای نمی‌تواند به صورت مجزا عمل کنند. از این رو، اجرای هر سیاستی، مستلزم مشارکت همه‌ی بازیگران عمده این بخش است. سیاست‌های شفاف‌سازی نیز از این امر مستثنی نیستند. اعتماد مؤلفه‌ی کلیدی شفافیت است. منتشرکننده، ضمن انتشار اطلاعات مربوط به خود، نشان می‌دهد که به کاربران اطلاعات اعتماد دارد و از این طریق، اعتماد آن‌ها را نیز جلب می‌کند. لذا، اعتماد، اصل ضروری و شرط لازم برای پیاده‌سازی و پایداری سیاست‌های شفاف‌سازی است.

از این رو اگر معاونت امور تعاون، اتاق‌ها، اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی را به عنوان چهار بازیگر عمده بخش تعاون در نظر بگیریم، پیاده‌سازی یک سیاست شفافیت پایدار، در گرو اعتماد بازیگران عمده به یکدیگر است. لذا پیش‌نیاز شفافیت، افزایش اعتماد بازیگران به یکدیگر است. اگر هدف، شفاف‌سازی شرکت‌های تعاونی باشد، پیش‌نیاز این شفاف‌سازی، جلب اعتماد شرکت‌های تعاونی از سوی دولت، اتحادیه‌ها و اتاق‌ها است. لذا می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که شفافیت در بخش تعاون میسر نخواهد شد، مگر این‌که تمامی بازیگران عمده‌ی این بخش، ضمن قبول اهمیت شفافیت، در پیش‌برد سیاست‌های مربوطه، تشریک مساعی نمایند. ایجاد چرخه‌ی اعتماد در بخش تعاون، بازیگران را نسبت به خودگشودگی<sup>۱</sup> بیش‌تر تا حدی که به اسرار تجاری، اطلاعات شخصی و امنیتی، ضربه‌ای وارد نکند، سوق خواهد داد. در واقع، اگر بازیگران مختلف، بر این نکته واقف شوند که انتشار اطلاعات نه تنها به منافع آن‌ها لطمه‌ای وارد نخواهد کرد، بلکه به تولید و بازتولید اعتماد

<sup>۱</sup>- self-disclosure

و در نتیجه افزایش کارآمدی بخش تعاون، کمک خواهد کرد و همچنین اطمینان حاصل کنند که سایر بازیگران نیز چنین بینشی دارند، از انتشار اطلاعات دریغ نخواهند کرد.

#### ۲-۲-۴. دولت پیشگام شفافیت<sup>۱</sup>

اگرچه شفافیت در بخش تعاون مستلزم همکاری تمام بازیگران این بخش است، اما دولت به دلیل جایگاه قانونی و فرادست، حائز اهمیت بیش‌تری است. از این‌رو، حرکت دولت (در این مورد خاص، معاونت امور تعاون) در جهت شفافیت، به جهت جلب اعتماد سایر بازیگران بخش تعاون و ترویج فرهنگ شفافیت، حائز اهمیت ویژه‌ای است. حرکت دولت به سمت شفافیت بیش‌تر، ضمن جلب اعتماد شرکت‌های تعاونی، اتحادیه‌ها و اتاق‌ها، آن‌ها را تشویق به اجرای سیاست‌های شفاف‌سازی خواهد کرد. دارا بودن سازوکارهای تشویقی و در برخی موارد تنبیهی، این امکان را به دولت می‌دهد که ضمن ایفای نقش تنظیم‌گری و نظارت، مشوق‌های کارآمدی در جهت پیش‌برد سیاست‌های شفافیت، در نظر بگیرد. البته شفافیت معاونت امور تعاون، فراتر از حوزه‌ی مورد بررسی پژوهش قرار می‌گیرد، اما در این جا برخی از پیشنهادهای اندیشکده «شفافیت برای ایران» به معاونت امور تعاون در راستای شفافیت، ذکر گردیده است. البته پیشنهادهای مذکور، کلی و عمومی دستگاه‌های دولتی است و ممکن است برخی از این پیشنهادهای در معاونت امور تعاون اجرایی شده‌اند. شناخت دقیق وضعیت مطلوب در معاونت امور، مستلزم انجام یک پژوهش جداگانه است. به همین جهت در بخش بعدی، در زیرعنوان «طراحی شاخص شفافیت در سایر بخش‌های تعاون کشور»، طراحی یک شاخص برای شفافیت معاونت امور تعاون به عنوان پژوهشی برای آینده، پیشنهاد شده است. پیشنهادهای پژوهش در سه بخش شفافیت اداری و سازمانی، شفافیت قراردادهای دولتی و شفافیت پروژه‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی، و صرفاً به صورت اجمالی و تیتروار آورده شده است.

---

<sup>۱</sup> مطالب این بخش از صفحه‌ی «نقشه‌ی شفافیت» وبسایت اندیشکده شفافیت برای ایران برگرفته شده است. برای مطالعه‌ی بیش‌تر به این لینک <https://tp4.ir/map> مراجعه شود.



## ۱-۲-۴. شفافیت اداری و سازمانی

جدول ۳۳- نقشه شفافیت شاخص اداری- سازمانی برای ارگان‌های دولتی

توضیحات	گویه	بُعد
(بدون نیاز به توضیح)	عنوان دقیق سازمان	مشخصات کلی
(بدون نیاز به توضیح)	تاریخچه‌ی سازمان	مشخصات کلی
(بدون نیاز به توضیح)	دستگاه‌های بالادستی	مشخصات کلی
(بدون نیاز به توضیح)	بیانیه مأموریت و چشم‌انداز سازمان	مشخصات کلی
(بدون نیاز به توضیح)	شرح وظایف سازمان	مشخصات کلی
قوانین بالادستی سازمان	فهرست تکالیف قانونی سازمان	ابعاد قانونی
مواد قانونی جاری در سازمان	فهرست کلیه قوانین، مقررات، بخش‌نامه‌ها، آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های جاری سازمان	ابعاد قانونی
(بدون نیاز به توضیح)	جزئیات اهداف و برنامه‌های سازمان، همراه با شاخص‌های عملکردی	اهداف و عملکرد
با امکان مشارکت مردم در ارزیابی شاخص‌ها	نتایج ارزیابی عملکرد سازمان	اهداف و عملکرد
در طول سال‌های مختلف	بودجه‌ی مصوب	ابعاد مالی
در طول سال‌های مختلف	عملکرد بودجه‌ی سازمان با جزئیات	ابعاد مالی
ارائه اطلاعات دارایی‌های سرمایه‌ای و فیزیکی سازمان	دارایی‌های سازمان	ابعاد مالی
(بدون نیاز به توضیح)	نمودار تشکیلات سازمانی	منابع انسانی
(بدون نیاز به توضیح)	شرح وظایف هر پست سازمان	منابع انسانی
(بدون نیاز به توضیح)	فهرست افراد متصدی مشاغل در سازمان، رزومه‌ی کاری و مسیرهای ارتباطی به آنها	منابع انسانی

توضیحات	گویه	بُعد
فرایندهایی که به هر نحوی مردم در آن درگیر هستند / مشارکت دارند	فهرست کلیه فرایندهای سازمان	فرایندها
(بدون نیاز به توضیح)	مراحل و جزئیات مرتبط با کلیه مراحل از فرایندها	فرایندها
به صورت قابل جستجو، قابلیت اشتراک خیری (به تفکیک موضوعات مختلف)	انتشار اخبار و اطلاعیه‌های سازمان	کانال‌های ارتباطی
راهنمای فرایندهای مهم سازمان به زبان ساده و قابل فهم برای عموم مردم	راهنمای فرایندهای مورد نیاز	راهنماها
به صورت جامع، با توضیحات کافی (و به روز شونده)	پرسش‌های متداول	راهنماها
(بدون نیاز به توضیح)	مشخص بودن نسبت فرایندهای حضوری به فرایندهای غیرحضوری سازمان، همراه با فهرست آنها	دولت الکترونیک
(بدون نیاز به توضیح)	امکان دریافت بارگیری فرم‌های ضروری ارباب رجوع و تکمیل آنها به صورت برخط	دولت الکترونیک
(بدون نیاز به توضیح)	سامانه دریافت شکایات، پیشنهادات و انتقادات و پیگیری برخط آن	تعاملات
همراه با ارائه سوابق و گزارش شکایات و نتایج آنها	فهرست شکایات واصله (به تفکیک بخش‌های سازمان)	تعاملات
حسب تکلیف قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات (مصوب ۱۳۸۸) / بهره‌مندی پورتال داده مستقل و یا در بستر پورتال ملی داده	ارائه کلیه داده‌های حکومتی	پورتال داده



## ۴-۲-۲-۲. شفافیت قراردادهای دولتی

جدول ۳۴- نقشه شفافیت قراردادهای دولتی برای ارگان‌های دولتی

ردیف	شاخص شفافیت	توضیح
۱	مشخصات اسمی قرارداد	عنوان و زیرعنوان
۲	موضوع و نوع قرارداد	(بدون نیاز به توضیح)
۳	عنوان دستگاه کارفرما	نام سازمان متقاضی
۴	عنوان و مشخصات مجری	نام شرکت طرح قرارداد
۵	عنوان و مشخصات ناظر قرارداد	(بدون نیاز به توضیح)
۶	اسامی افراد حقیقی منعقد کننده قرارداد	از دو طرف کارفرما و مجری و در صورت لزوم ناظر
۷	دلایل و اهداف قرارداد	(بدون نیاز به توضیح)
۸	فازبندی و زمان‌بندی‌های قرارداد	(بدون نیاز به توضیح)
۹	خروجی‌های مورد انتظار از قرارداد	به صورتی که تا حدامکان قابل اندازه‌گیری و ارزیابی باشد.
۱۰	حجم قرارداد (مبلغ)	(بدون نیاز به توضیح)
۱۱	متن قرارداد به همراه ضمیمه	(بدون نیاز به توضیح)
۱۲	کد مناقصه	در صورتی که پروژه مبتنی بر یک مناقصه واگذار شده باشد، بایستی کد مناقصه (از سامانه اطلاع‌رسانی عمومی مناقصات) ذکر شود.
۱۳	خروجی‌های حاصل شده از قرارداد	پس از انجام پروژه. در صورتی که پروژه تحقیقاتی است، لازم است کل نتیجه‌ی پژوهش بارگذاری شود (مگر محدود موارد مستثنی).
۱۴	درگاه گزارش تخلفات و مبلغ پاداش	مشخص کردن مسیر مشخصی برای گزارش عمومی تخلفات، به همراه ذکر مبلغ مشخصی جایزه برای گزارش‌دهنده.



### ۳-۲-۴. شفافیت پروژه‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی

جدول ۳۵- نقشه شفافیت پروژه‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی برای ارگان‌های دولتی

ردیف	شاخص شفافیت	توضیح
۱	مسئول پروژه	ثبت و ارائه هر تصمیم/اقدام/پروژه به نام یک مسئول
۲	تصمیم‌گیران / تصویب‌کنندگان پروژه	اسامی حقیقی و جایگاه حقوقی آن‌ها
۳	زمان و مکان تصویب پروژه	(بدون نیاز به توضیح)
۴	اهداف پروژه	با دقت کافی
۵	اسناد پشتیبان	اسناد پشتیبان تصویب و اجرای پروژه
۶	مدت زمان پروژه	با قید حداقل و حداکثر
۷	میزان اعتبار در نظر گرفته شده	(بدون نیاز به توضیح)
۸	مجری(ها)	(بدون نیاز به توضیح)
۹	ناظر(ان)	(بدون نیاز به توضیح)
۱۰	شرایط انحلال / کنسل شدن پروژه	(بدون نیاز به توضیح)

### ۳-۲-۴. لزوم میانجی‌گری و تنظیم‌گری دولت

اگرچه در پیشنهاد نخست بر لزوم تشریک مساعی بازیگران عمده‌ی بخش تعاون برای پیاده‌سازی سیاست‌های شفاف‌سازی در بخش تعاون تأکید شد، اما ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که مهم‌ترین بازیگر این حوزه که از قدرت قاعده‌گذاری، سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری، میانجی‌گری و نظارت برخوردار است، معاونت امور تعاون به عنوان نماینده‌ی دولت در بخش تعاون است. اگرچه بنا به اصلاحیه‌های اخیر در قانون تعاون و ایجاد هیأت مقررات‌زدایی، برخی از اختیارات حاکمیتی معاونت امور تعاون به اتحادیه‌ها و اتاق‌ها تفویض شده اما همچنان معاونت امور تعاون از برخی اختیارات جهت اجرای سیاست‌های مختلف در بخش تعاون، برخوردار است. بنابراین انتظار می‌رود که معاونت امور تعاون متولی سیاست‌گذاری و پیش‌برد این سیاست‌ها در بخش تعاون باشد. در این بخش شش پیشنهاد کلی و چندین پیشنهاد فرعی، ذیل هر یک از این پیشنهادها، ارائه شده است.

#### ۱-۳-۲-۴. بازنویسی قوانین و مقررات مربوط به حوزه‌ی تعاون بر اساس ویژگی‌های خاص تعاونی‌ها

شرکت‌های تعاونی انواع مختلفی دارند و می‌توان آن‌ها را بر اساس ویژگی‌های متمایزشان به حالت‌های گوناگون دسته‌بندی نمود. در حال حاضر تفاوت‌های میان انواع تعاونی‌ها در قوانین و مقررات مربوطه تا حدودی لحاظ شده است، لیکن بر اساس مشاهدات ما در پژوهش حاضر، برای توسعه و نهادینه‌سازی بحث شفافیت در تعاونی‌ها لازم است تا این قوانین و مقررات یک بار دیگر بر اساس دسته‌بندی انواع تعاونی‌ها بازنویسی شوند. مهم‌ترین ویژگی‌های متمایز تعاونی‌ها که می‌توانند به عنوان مبنایی برای این امر مورد استفاده قرار گیرند عبارتند از:

**تعداد اعضا:** هرچه تعداد اعضا بیشتر می‌شود، باید قوانین مربوط به برگزاری مجامع و انتخابات هیئت‌مدیره، نحوه و میزان انتشار اطلاعات مالی و عملکردی و مواردی از این دست، دقیق‌تر و سخت‌گیرانه‌تر شود.

**گردش مالی:** هرچه گردش مالی یک تعاونی بالاتر باشد، باید قوانین نظارتی و نحوه و میزان انتشار اطلاعات مالی سخت‌گیرانه‌تر و شفاف‌تر شود.

**نوع، رسته و گرایش:** در حال حاضر قوانین و مقررات مربوط به یک تعاونی تولیدی کشاورزی با یک تعاونی توزیعی در حوزه حمل و نقل تفاوت چندانی ندارد. از این رو لازم است تا چالش‌ها و اقتضات انواع مختلف تعاونی‌ها توسط پژوهش‌گران خبره احصاء شده و قوانین و مقررات مربوطه بازنگری شوند.

**گستره جغرافیایی فعالیت:** هرچه گستره جغرافیایی فعالیت یک تعاونی وسیع‌تر باشد، نوع، میزان و نحوه انتشار اطلاعات با پیچیدگی‌های بیش‌تری همراه خواهد بود. از این رو لازم است تا در تدوین قوانین و مقررات، به این ویژگی در تعاونی‌ها توجه شود.

#### ۲-۳-۲-۴. ابهام‌زدایی، اصلاح و تدقیق قوانین و آئین‌نامه‌ها به منظور ایجاد وحدت رویه

مصاحبه‌شوندگان پژوهش حاضر - اعم از تعاون‌گران و مدیران و کارشناسان وزارت تعاون و اتاق‌ها و اتحادیه‌ها - در موارد متعددی به موضوع ابهام در قوانین و عدم وجود وحدت رویه در اجرای مقررات و آیین‌نامه‌ها اشاره داشتند. این مسئله یکی از مهم‌ترین دلایل سردرگمی و ابهام برای فعالین عرصه تعاون بوده و مشکلات فراوانی را ایجاد کرده است. در ادامه، به برخی از مهم‌ترین مواردی که نیاز به بازنگری جدی دارند اشاره شده است:

#### قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به موضوع واحد که در حیطه مسئولیت دو یا چند نهاد (یا بخش) موازی است

یکی از مهم‌ترین گلاویه‌های فعالین حوزه تعاون، عدم هماهنگی و نبود وحدت رویه بین بخش‌های مختلف وزارت تعاون است. به عنوان مثال، در خصوص یک موضوع واحد در رابطه با یک تعاونی توزیعی، دفتر حقوقی معاونت امور تعاون و اداره کل تعاونی‌های توزیعی دو نظر متفاوت ارائه می‌کنند؛ به طوری که این مسئله موجب سردرگمی تعاون‌گران شده است. این امر در رابطه‌ی میان وزارت تعاون و سایر دستگاه‌های حاکمیتی نیز وجود دارد. به عنوان مثال یکی از رایج‌ترین این ناهماهنگی‌ها، مسائل مربوط به امور ثبتی تعاونی‌ها است که برخی تعاون‌گران از ابهام موجود در قوانین فعلی و اختلاف نظر میان وزارت تعاون با اداره ثبت شرکت‌ها، گلاویه داشتند.

#### قوانین مربوط به معافیت‌های مالیاتی حوزه تعاون

قوانین فعلی، برخی معافیت‌ها را برای فعالین حوزه تعاون در نظر گرفته است. لیکن به دلیل وجود برخی ابهامات در این قوانین و با توجه به ممیزمحور بودن روال اداری در سازمان امور مالیاتی، اغلب تعاونی‌ها قادر به استفاده از این معافیت‌ها نبوده و به دلیل پیچیدگی فرایند و کارشکنی ممیزهای مالیاتی، قید آن را می‌زنند.

#### قوانین ثبتی مربوط به تعاونی‌ها

همان‌طور که در بالا نیز اشاره شد، ابهامات موجود در قوانین ثبتی مربوط به تعاونی‌ها، موجب سردرگمی تعاون‌گران شده است.

### امتیازات قانونی تعاونی‌ها از قبیل حق تقدم و ترک تشریفات در معاملات دولتی

امتیازاتی که در قانون برای تعاونی‌ها در نظر گرفته شده، اغلب دارای ابهاماتی در شیوه اجرا است که عملاً اجرای آن‌ها را بسیار دشوار و یا حتی غیرممکن می‌کند. به عنوان مثال، ترک تشریفات برای واگذاری پروژه به تعاونی‌های توسعه عمران شهرستانی، به نظر یک کمیسیون در پایتخت موکول شده است که تعاونی‌های فعال در شهرستان هیچ اطلاعی از سازوکار آن نداشته و دسترسی به این کمیسیون ندارند.

### چارچوب آیین‌نامه‌های داخلی تعاونی‌ها

آیین‌نامه‌های داخلی تعاونی‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین گلوگاه‌های شفافیت، در حال حاضر از چارچوب مستحکم و قابل‌قبولی برخوردار نبوده و این امر راه را برای برخی سوءاستفاده‌ها هموار نموده است. به نظر می‌رسد تعیین چارچوب‌های دقیق‌تر و سخت‌گیرانه‌تر برای این آیین‌نامه‌ها - به ویژه آیین‌نامه‌های حقوق و دستمزد و معاملات - می‌تواند نقش به‌سزایی در افزایش شفافیت عملکرد تعاونی‌ها داشته باشد.

### آیین‌نامه اجرایی انتخابات تعاونی‌ها

با توجه به بروز آسیب‌های فراوان در انتخابات تعاونی‌ها - به ویژه در خصوص وکالت‌ها و روند اجرایی تخصیص تعرفه و اخذ رأی - بازنگری در قوانین و مقررات این بخش به منظور رفع نقایص موجود ضروری به نظر می‌رسد.

### حدود نظارت و اعمال نظر وزارت تعاون در امور تعاونی‌ها

یکی از مهم‌ترین چالش‌های مطرح‌شده در زمینه قوانین و مقررات حوزه تعاون، بحث حدود اختیارات وزارت تعاون برای نظارت و اعمال حاکمیت در تعاونی‌ها است. گروهی از تعاون‌گران از عدم ورود ادارات تعاون به برخی موضوعات گلایه داشته و آن را در حوزه وظایف وزارت خانه می‌دانند، در مقابل نیز گروهی دیگر از دخالت بیش از حد ادارات تعاون در امور شرکت‌ها شکایت داشته و آن را غیرقانونی می‌دانند. از این رو لازم است تا حدود اختیارات و وظایف وزارت تعاون به دقت مشخص گردیده و در خصوص موارد اختلافی تصمیم‌گیری، و وحدت رویه ایجاد شود.

### قوانین ناسخ و منسوخ در نسخه‌های مختلف قانون تعاون

با توجه به بازنویسی و اصلاح چندباره قوانین تعاون (در سال‌های ۱۳۵۰، ۱۳۷۰ و ۱۳۹۳)، برخی اختلاف نظرها در خصوص این قوانین وجود دارد که موجب عدم هماهنگی میان بخش‌های مختلف این حوزه گردیده

است. از این رو، شناسایی و بررسی موارد اختلافی توسط دفتر حقوقی وزارت خانه و اعلام نظر نهایی در خصوص این قوانین، ضروری به نظر می‌رسد.

### ۳-۲-۴. کاهش بروکراسی و افزایش شفافیت در فرایندهای اداری

برخی از تعاون‌گران، از عدم شفافیت روال اداری در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی شکایت داشتند. در موارد متعددی، تعاون‌گران اظهار داشتند که برای پیگیری یک مسئله در ادارات تعاون سردرگم شده‌اند و حتی نمی‌دانسته‌اند مشکل کار در کجاست و از چه کسی باید آن را پیگیری کنند. همچنین تعاون‌گران معتقد بودند کارشناسان در برخی موارد برخلاف قوانین و مقررات و به شکل سلیقه‌ای عمل می‌نمایند. لذا پیشنهاد می‌شود کلیه مراحل اداری هر نوع فعالیت تعاونی‌ها در وزارت تعاون بر روی سامانه یکپارچه‌ای قرار گیرد که تعاونی‌ها دقیقاً بدانند کارشان در کدام مرحله و توسط کدام بخش در حال رسیدگی است. در این سامانه می‌توان کلیه قوانین و مقررات مربوط به هر مرحله از فعالیت اداری را در همان مرحله در اختیار مخاطب قرار داد تا دقیقاً از حقوق و مسئولیت‌های خود آگاه شده و در صورت نیاز بتواند به صورت برخط در سامانه شکایت کند. برخی از مهم‌ترین روندهای اداری که نیاز به شفافیت دارند عبارتند از:

- روند دریافت مجوزها
- روند دریافت تسهیلات
- روندهای مربوط به شکایت‌های اعضاء و بازرس‌ها از تعاونی‌ها
- روند تأیید صلاحیت هیئت‌مدیره و بازرس‌ها

### ۴-۲-۴. یکپارچه‌سازی اطلاعات با سایر دستگاه‌های حاکمیتی مرتبط با حوزه تعاون

شرکت‌های تعاونی با دستگاه‌های حاکمیتی متعددی به جز وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز در ارتباط بوده و به آن‌ها پاسخگو هستند. سازمان‌هایی هم‌چون تأمین اجتماعی و امور مالیاتی به طور عام و وزارت‌خانه‌های صمت، جهاد کشاورزی و غیره که به اقتضای نوع فعالیت تعاونی‌ها با آن‌ها در ارتباط هستند و اطلاعات متعددی را از آن‌ها دریافت می‌کنند. یکپارچه‌سازی سامانه‌های اطلاعاتی این دستگاه‌ها تا حد ممکن، می‌تواند ضمن جلوگیری از دوباره‌کاری و کاهش بروکراسی زائد، با افزایش چشمگیر شفافیت در تعاونی‌ها از بروز مفاسد و مشکلات متعددی جلوگیری نماید.

### ۵-۲-۴. اتخاذ سیاست‌های مشوق شفافیت

به دلیل حضور و فعالیت شرکت‌های تعاونی در بازار آزاد و رقابت آن‌ها با بخش خصوصی، این شرکت‌ها اغلب از شفافیت متضرر می‌شوند، چرا که رقبای آن‌ها الزام چندانی به شفافیت ندارند و به همین دلیل می‌توانند در برخی حوزه‌ها (از قبیل مالیات) هزینه‌های خود را با استفاده از راهکارهای غیرقانونی پایین بیاورند. وزارت

تعاون می‌تواند با احصاء این حوزه‌های آسیب، در تعامل با سایر دستگاه‌های حاکمیتی، مشوق‌هایی را بر اساس شاخص شفافیت برای شرکت‌های تعاونی در نظر بگیرد. همچنین وزارت تعاون می‌تواند در برخی از این حوزه‌ها نسبت به پیشنهاد اصلاح قوانین به نفع شرکت‌های تعاونی اقدام نماید.

#### ۴-۲-۳-۶. آموزش

از مهم‌ترین پیشنهادات سیاستی پژوهش حاضر، توجه جدی به امر آموزش در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و شرکت‌های تعاونی و تقویت ساز و کارهای کنونی در این عرصه است. این آموزش‌ها از اساسی‌ترین زیرساخت‌ها و ملزومات مبحث شفافیت در حوزه تعاون بوده و بدون توجه به آن‌ها، تحقق شفافیت ممکن نخواهد بود. مهم‌ترین زمینه‌های پیشنهادی پژوهش حاضر برای امر آموزش در حوزه تعاون عبارتند از:

- **ارائه آموزش‌های دوره‌ای به کارشناسان و مدیران بخش تعاون در وزارتخانه:** با توجه به تغییرات متعدد در ساختار وزارتخانه و همچنین بازنشسته‌شدن نسل اول کارکنان، لازم است برخی آموزش‌های دوره‌ای در خصوص قوانین و مقررات و روندهای اداری بخش تعاون در اختیار خصوص مدیران و کارشناسان وزارتخانه قرار گیرد. یقیناً این امر تأثیر بسزایی در کاهش ابهامات فرایندهای اداری و افزایش شفافیت در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی خواهد داشت.
- **ارائه آموزش‌های دوره‌ای مستمر به اعضای هیئت‌مدیره و بازرس‌ها:** بخش قابل توجهی از مشکلات شفافیت در تعاونی‌ها، از عدم آگاهی اعضای هیئت‌مدیره و بازرس‌ها در خصوص وظایف و مسئولیت‌هایشان و همچنین ناآگاهی از قوانین و مقررات حوزه تعاون ناشی می‌شود. لذا ضروری است وزارت تعاون آموزش‌های لازم را با جدیت بیشتر و بر اساس اقتضائات خاص هر تعاونی (که در اولین بند پیشنهادات مورد اشاره قرار گرفت) به صورت مستمر در اختیار اعضای هیئت‌مدیره و بازرس‌های شرکت‌های تعاونی قرار دهد.
- **ارائه آموزش‌های دوره‌ای عمومی به اعضای تعاونی‌ها:** در حال حاضر اکثر اعضای تعاونی‌ها از قوانین و مقررات این حوزه هیچ‌گونه اطلاعاتی نداشته و در نتیجه قادر به نظارت بر عملکرد تعاونی متبوع خود نیستند. وزارت تعاون می‌تواند با ارائه برخی آموزش‌های عمومی به صورت دوره‌ای (مثلاً

در جلسات مجمع سالیانه تعاونی‌ها)، اعضاء را با حقوق و تکالیفشان آشنا نموده و زمینه مطالبه شفافیت در تعاونی‌ها را فراهم نماید.

### ۳-۴. محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادهای پژوهش‌های آتی

در طول انجام پژوهش، برخی موانع و محدودیت‌ها بر سر راه تیم پژوهش قرار داشت. در ادامه برخی از این محدودیت‌ها برشمرده شده است:

#### ۱-۳-۴. محدودیت‌های پژوهش

در این بخش، به چهار مورد از محدودیت‌های پیش‌روی پژوهش اشاره گردیده است.

#### ۱-۱-۳-۴. نبود ادبیات پژوهشی در حوزه شفافیت شرکت‌های تعاونی

اگرچه مفهوم حکمرانی شرکتی و شفافیت شرکتی، به صورت محدود و سطحی در فضای شرکت‌های خصوصی و برخی شرکت‌های دولتی، شناخته شده است، این مفاهیم در حوزه‌ی تعاون ایران کاملاً ناشناخته و در سطح بین‌المللی تعاونی، تقریباً بدیع محسوب می‌شوند. همان‌گونه که در تجربه بریتانیا در بخش تعاون ملاحظه شد، از اوایل قرن بیست و یکم، مفهوم حکمرانی شرکتی، در سطح محدودی، در بریتانیا مطرح شده است. البته، شفافیت اطلاعات برای عموم (Open data) قدمت بیش‌تری دارد و در سطح بین‌المللی کاملاً شناخته شده است. بنابراین، یکی از محدودیت‌های این پژوهش، نبود ادبیات نظری و تجربی غنی در زمینه موضوع مورد بررسی بود که همین مسئله باعث گردید تا تیم پژوهش ناگزیر، اقدام به تدوین یک چارچوب مفهومی برای بررسی شفافیت در شرکت‌های تعاونی، نماید (مراجعه کنید به جدول ۱۶- جمع‌بندی چارچوب مفهومی پژوهش).

#### ۲-۱-۳-۴. عدم پذیرش شفافیت به عنوان یک ضرورت در بخش تعاون کشور

یکی از موانع اصلی پژوهش در زمینه‌ی شفافیت در بخش تعاون، مقاومت برخی از فعالین حوزه تعاون در هر چهار بخش دولت، شرکت‌های تعاونی، اتحادیه‌ها و اتاق‌ها در برابر پذیرش مقوله‌ی شفافیت به عنوان یکی از کلیدی‌ترین مفاهیم این حوزه بود. وجود مشکلات زیاد در حوزه تعاون، بسیاری را به این جمع‌بندی رسانده است که در حال حاضر، شفافیت مقوله‌ای نه چندان مهم در بخش تعاون محسوب می‌شود و حتی در صورت پذیرش اهمیت آن، شفافیت شرکت‌های تعاونی در اولویت پائین‌تری نسبت به شفافیت سایر بخش‌ها، قرار دارد. اگرچه نمی‌توان منکر وجود مشکلات عدیده در بخش تعاون شد، اما همان‌گونه که در پیشگفتار این



پژوهش ذکر گردیده است، «در مرحله‌ی فعلی، شفافیت، نه یک مسئله یا راهکار، بلکه یک ضرورت است. به عبارت بهتر، در عصر حاضر، شفافیت شرط لازم برای حکمرانی است». لذا، شفافیت راه‌حلی برای حل مشکلات عدیده‌ی بخش تعاون کشور ارائه نمی‌کند، بلکه ضرورتی برای حل این مشکلات محسوب می‌شود. در فضای مه‌آلود و تاریک، هر نوع برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و نظارت، ناقص و ناکارآمد خواهد بود. لذا، ضرورت دارد که فعالین حوزه تعاون، اعم از مدیران ستادی و صف در معاونت امور تعاون، رؤساء و اعضای اتحادیه‌ها و اتاق‌های تعاون کشور و همچنین اعضای شرکت‌های تعاونی به ویژه اعضای هیئت‌مدیره و بازرسان این شرکت‌ها، به لزوم توجه به موقله‌ی شفافیت اعتقاد راسخ پیدا کنند و در این زمینه با یکدیگر تشریک مساعی نمایند.

#### ۴-۳-۱-۳. عدم تمایل فعالین حوزه تعاون به انجام گفتگو در زمینه شفافیت

دومین محدودیت پژوهش که بخشی از آن ناشی از محدودیت اول است، عدم تمایل فعالین حوزه به انجام گفتگو در زمینه شفافیت شرکت‌های تعاونی بود. از آنجایی که بخش زیادی از داده‌ها و اطلاعات این پژوهش در مصاحبه‌های انجام‌شده با کارشناسان، خبرگان و فعالین بخش تعاون به‌دست آمده است، عدم‌همکاری برخی از کارشناسان، خبرگان و فعالین حوزه، یکی از موانع جدی پیش‌برد پژوهش بود. از بین ۸۶ نفری که جهت انجام مصاحبه به صورت گلوله‌برفی انتخاب شده بودند، ۴۱ نفر علی‌رغم پیگیری‌های غیررسمی و رسمی (به واسطه‌ی درخواست‌های مکتوب با پیوست معرفی‌نامه تیم پژوهش از طرف معاونت امور تعاون) حاضر به انجام مصاحبه نشدند.

#### ۴-۳-۱-۴. عدم همکاری سایر بخش‌های تعاون در پیش‌برد پژوهش

از سایر بخش‌های تعاون به ویژه اتاق‌های تعاون استانی و اتاق تعاون ایران، انتظار می‌رفت، در انجام این پژوهش، مساعدت نمایند. علی‌رغم درخواست‌های رسمی مکتوب از طرف اندیشکده‌ی شفافیت برای ایران و معرفی این اندیشکده از طرف کارفرما، بسیاری از اتاق‌های تعاون، حاضر به همکاری در این پژوهش نشدند. همین مسئله منجر شد که پس از پیگیری‌های فراوان، تنها یک مصاحبه با یکی از اعضای اتاق تعاون انجام بگیرد.

#### ۴-۳-۲. پیشنهادها برای ادامه مسیر شفافیت در بخش تعاون

در این بخش، چهار پیشنهاد برای ادامه مسیر شفافیت در بخش تعاون ذکر گردیده است که هر کدام از این پیشنهادها، می‌توانند موضوع یک پژوهش جداگانه انتخاب شوند.

##### ۴-۳-۲-۱. عملیاتی‌سازی شاخص CTI به صورت پایلوت در یک استان

اگرچه با هماهنگی کارفرما، شاخص CTI در چهار شرکت تعاونی تولیدی به صورت پایلوت انجام شد و برخی اشکالات نمایان شد اما همچنان در مرحله‌ی فعلی شاخص مذکور، صرفاً یک دستاورد نظری محسوب می‌شود و در صورت عملیاتی‌سازی آن در شرکت‌های تعاونی، در مقیاس گسترده، ممکن است با محدودیت‌ها و مشکلاتی مواجه شود. به عنوان مثال، ممکن است، برخی گویه‌ها در این شاخص لحاظ نشده باشند، در حالی که در شرکت‌های تعاونی، این گویه‌ها حائز اهمیت زیادی هستند. یا ممکن است امکان سنجش برخی گویه‌ها به دلیل فقدان داده‌های اولیه، وجود نداشته باشد. در مجموع، پیشنهاد می‌شود، شاخص طراحی شده، به صورت آزمایشی حداقل در سطح یک استان، عملیاتی شود تا مشکلات و ضعف‌های احتمالی شناسایی و به طبع آن، شاخص CTI اصلاح و تکمیل گردد.

##### ۴-۳-۲-۲. طراحی یک نرم‌افزار یا سامانه برای شاخص CTI

پس از عملیاتی‌سازی شاخص به صورت پایلوت و اصلاح اشکالات و ضعف‌های احتمالی، پیشنهاد می‌شود که این شاخص، در قالب یک سامانه، نرم‌افزار یا پلتفرم، طراحی گردد تا سنجش وضعیت شفافیت در شرکت‌ها تعاونی، تسهیل گردد. فرمول‌نویسی اولیه این نرم‌افزار یا سامانه، در قالب فایل اکسل از سوی تیم پژوهش انجام گرفته است.

##### ۴-۳-۲-۳. سنجش سالانه CTI در شرکت‌های تعاونی

پیشنهاد شود پس از انجام دو مرحله‌ی فوق و استخراج شاخص نهایی CTI، سالانه، وضعیت شفافیت در شرکت‌های تعاونی در ایران، با استفاده از این شاخص سنجیده شود و شکاف بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب برای هر شرکت، شناسایی گردد. علاوه بر این، امکان استفاده از این شاخص به عنوان ابزاری برای شناخت یکی از ابعاد «تعاونی مطلوب» وجود دارد. امتیاز شرکت‌های تعاونی در شاخص CTI، می‌تواند به عنوان یکی از معیارهای اعمال سیاست‌های تشویقی و اعطای تسهیلات به آن‌ها، استفاده شود.

---

#### ۴-۲-۳-۴. طراحی شاخص شفافیت در سایر بخش‌های تعاون کشور

همان‌گونه که بارها در این پژوهش تأکید شد، شفافیت در بخش تعاون، مستلزم تشریح مساعی بخش‌های مختلف و بازیگران عمده است. در این راستا، ضرورت دارد که شاخص‌های مشابه CTI در بخش‌های معاونت امور تعاون، اتحادیه‌ها و اتاق‌های تعاون، طراحی گردد و از طریق سنجش ادواری این بخش‌ها به کمک شاخص‌های تولیدشده، میزان انحراف از وضعیت مطلوب، شناسایی گردد.

- بدیع، شمس‌الدین (۱۳۷۹). تعاونی‌ها در کشورهای جهان سوم، تهران: نشر نی.
- حساس یگانه، یحیی و مرشد خیراللهی (۱۳۸۷). حاکمیت شرکتی و شفافیت. مجله حسابداری، سال بیست و سوم، شماره ۲۰۳، صص ۷۹-۷۴.
- خالقی‌مقدم، حمید و علیرضا خالق (۱۳۸۸). شفافیت شرکتی در ایران و عوامل موثر بر آن. فصلنامه مطالعات حسابداری، شماره ۲۱.
- عبدالحسین‌زاده، محمد و مهدی ثنائی (۱۳۹۴). تبیین مفهوم و کاربرد شفافیت در عرصه حکمرانی و اداره امور دولتی. نخستین کنفرانس ملی مدیریت دولتی ایران: خط‌مشی گذاری عمومی. دانشگاه تهران.
- کلباسی اصفهانی، علی اصغر (۱۳۷۴). نقش تعاونی‌ها در نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، نشر ثمره: تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۳). قانون اصلاح موادی از قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران
- معاونت امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۶). دانشنامه تعاون، دوره دو جلدی، انتشارات فرهنگ دهخدا: تهران.
- وزیر، محمود (۱۳۹۷). کتاب مرجع قوانین و مقررات بخش تعاونی ایران، چاپ دوم، تهران: انتشارات فرهنگ دهخدا.
- Bushman, R., & Piotroski, J., & Smith, A. (2004). What Determines Corporate Transparency? *Journal of Accounting Research*. Vol. 42 No. 2 May 2004.
- Bushman, R., & Smith, A. (2013). Transparency, Financial Accounting Information, and Corporate Governance. *FRBNY Economic Policy Review* April 2013.
- Cheung, Y., & Jiang, P., & Tan, W. (2010). A Transparency Disclosure Index Measuring Disclosures: Chinese Listed Companies. *J. Account. Public Policy* (29). Pp: 259-280.
- da Cruz, N., & Tavares, A., & Marques, R., & Jorge, S., de Sousa, L. (2015). Measuring Local Government Transparency. *Public Management Review*. 16 (45). DOI: 10.1080/14719037.2015.1051572.
- Darlington, Y. and Scott, D. (2002). *Qualitative Research in Practice: Stories from the Field*. Singapore, South Wind Productions.
- Diekmann, Andreas and Siegwart Lindenberg (2001). "Sociological aspects of cooperation". In: Neil J. Smelser and Paul B. Baltes, Eds., 2001. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier.
- Dupont, J. (2018). *The Smart State, Redesigning government in the era of intelligent services* (978-1-910812-47-1). Retrieved from [www.policyexchange.org.uk](http://www.policyexchange.org.uk)

- Fung, A., & Graham, M., & Weil, D. (2003). "The Political Economy of Transparency: What Makes Disclosure Policies Sustainable?" John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Institute for Government Innovation, October 2003. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=384922](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=384922).
- Greenaway, N. (2015). Some Considerations for Implementing Government as a Platform.
- Haat, M., & Rahman, R., & Mahenthiran, S. (2008). Corporate governance, transparency and performance of Malaysian companies. *Managerial Auditing Journal*. Vol 23 No. 8.
- Hermalin, B., & Weisbach, M. (2007). Transparency and Corporate Governance. National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w12875> .
- Kitchenham, B. (2004) Procedures for Performing Systematic Reviews. Keele University, Keele, 33.
- Levitt, A. (1998). "The Importance of High-Quality Accounting Standards." *Accounting Horizons* 12, pp. 79–82.
- Margetts, H., & Naumann, A. (2017). Government As a Platform: What Can Estonia Show the World? Oxford Internet Institute. Retrieved from <https://www.politics.ox.ac.uk/materials/publications/16061/government-as-a-platform.pdf>.
- Mohamad, M., & Othmn, I. (2013). Reputation and Transparency of Cooperative Movement in Malaysia. *International Journal of Economics and Management Engineering*. Vol: 7, No: 8, 2013.
- Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, The PRISMA Group (2009) Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLoS Med* 6(7): e1000097.
- Oliver, R. W. (2004). *What is transparency?* New York: McGraw-Hill.
- Pownall, G. and K. Schipper. (1999). "Implications of Accounting Research for the SEC's Consideration of International Accounting Standards for U.S. Securities Offerings". *Accounting Horizons* 13, pp. 259–80
- Samuel A. Dipiazza Jr., & Robert G. Eccles (2002). Building Public Trust, the Future of Corporate Reporting. Jon Wiley & Sons, Inc. New York.
- Schauer, F. (2011). Transparency in three dimensions. *University of Illinois Law Review*, 2011, 4, 1339-1358.
- Standard & Poor's. (2002). Transparency and Disclosure: Overview of Methodology and Study Results- United States.
- Standard & Poor's. (2003). Transparency and Disclosure: Overview of Methodology and Study Results- Europe.
- Transparency International (2012). Transparency in Corporate Reporting: Assessing the World's Largest Companies.

فصل پیوست‌ها شامل سه بخش است. در بخش اول، نتایج پایلوت شاخص CTI در چهار شرکت تعاونی تولیدی آورده شده است. این کار به درخواست کارفرما انجام گردیده است. انجام پایلوت، منجر به شناخت نقاط ضعف شاخص طراحی شده و در نتیجه انجام برخی اصلاح‌ها، منجر شد.

در بخش دوم، به درخواست کارفرما، شاخص طراحی شده و وضعیت مطلوب پیشنهادی، با وضعیت فعلی سامانه جامع هوشمند بخش تعاون مقایسه و پیشنهادهایی برای ارتقای سامانه مذکور ارائه گردیده است. در نهایت، در بخش سوم، جدول امتیاز مطلوب برای گویه‌های شاخص (شناسنامه هر گویه)، آورده شده است. نتایج این بخش، از جلسات گروه کانونی و نظرات کارشناسی اعضای تیم پژوهش، حاصل شده‌اند. منظور از امتیاز مطلوب، امتیازی است که از یک شرکت تعاونی انتظار می‌رود در گویه‌ی خاص، به تفکیک کاربران ویژه، کسب کند. بدیهی است که این امتیازها با در نظر گرفتن حالت خوشبینانه و ایده‌آل به دست آمده‌اند، اما با این حال، در تعیین امتیاز مربوط به هر سلول، به ابعاد حقوقی و فنی توجه شده است.

## ۶-۱. پایلوت چهار شرکت تعاونی با شاخص CTI

به درخواست کارفرمای پروژه، شاخص CTI در چهار شرکت تعاونی تولیدی به صورت پایلوت انجام شد. این کار به جهت شناسایی ضعف‌های احتمالی شاخص طراحی شده و اصلاح این ضعف‌ها انجام گردید. در این بخش، ابتدا به جمع‌بندی کلی انجام پایلوت و تجربیات حاصل از آن پرداخته شده است. سپس به اصلاحاتی که در نتیجه انجام پایلوت در شاخص CTI انجام گرفت، اشاره شده است و در نهایت امتیاز هر شرکت تعاونی بدون ذکر نام آورده شده است.

### ۶-۱-۱. نتیجه‌گیری کلی انجام پایلوت

با هماهنگی کارفرما و دفتر تعاونی‌های تولیدی، چهار شرکت تعاونی تولیدی برای انجام پایلوت هماهنگ شدند و در بازه‌ی زمانی ۵ تا ۱۱ بهمن ۹۸ پایلوت این شرکت‌ها انجام گرفت. برخی نتایج کلی، از انجام پایلوت به دست آمد که در ادامه تشریح شده است:

۱- شفافیت در چهار شرکت مورد بررسی، محدود به الزام قانونی است. به عبارت دیگر، تقریباً در هر چهار شرکت، اطلاعاتی نظیر ترازنامه، صورت‌های مالی، وضعیت سهام و غیره در مجامع سالانه به صورت گزارش مکتوب در اختیار اعضاء قرار می‌گیرد و لذا اطلاعات صرفاً بنا به درخواست در اختیار افراد قرار می‌گیرد.

۲- هیچ یک از شرکت‌های پایلوت‌شده، هیچ‌گونه اطلاعاتی را به پژوهش‌گران، سایر شرکت‌ها و عموم ارائه نمی‌کنند و ضرورتی نیز برای آن قائل نیستند.

۳- شفافیت شرکتی و حکمرانی شرکتی، در شرکت‌های تعاونی، مفاهیم ناشناخته‌ای هستند. مدیران و مدیران عامل هیچ یک از شرکت‌های تعاونی پایلوت‌شده، با مفاهیم حکمرانی شرکتی و شفافیت شرکتی آشنا نبودند.

۴- شفافیت در شرکت‌های تعاونی یک مسئله فرعی و غیر مهم تلقی می‌شود.

۵- میانگین امتیاز اخذشده برای چهار شرکت مورد بررسی، ۳۴.۰۱ است. اختلاف فاحش این امتیاز با وضعیت مطلوب (۷۰.۳۴) گواه وضعیت نامطلوب شرکت‌های تعاونی در ایران از منظر شفافیت است.

### ۶-۱-۲. اصلاحات انجام‌شده پس از پایلوت

پس از انجام پایلوت یک ضعف اساسی در کاربری نمایان شد. در کاربری اولیه، دسترسی به یک داده یا اطلاعات خاص به دو حالت «دسترسی» و «عدم دسترسی» تفکیک شده بود که ضریب «۰» برای عدم دسترسی و ضریب «۱» برای دسترسی در نظر گرفته شده بود. پس از انجام پایلوت، این تجربه اخذ گردید که در شرکت‌های تعاونی، عموماً اطلاعات نه به صورت داوطلبانه بلکه در صورت درخواست در اختیار افراد قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، افراد برای دسترسی به اطلاعات می‌بایست از هیئت‌مدیره درخواست کنند که اطلاعات

موردنیاز را در اختیار آن‌ها قرار دهند. البته اطلاعاتی که در انواع مجامع عمدتاً به صورت سالانه ارائه می‌شوند، از این قاعده مستثنی هستند. به همین جهت، علاوه بر دو حالت «دسترسی» و «عدم دسترسی»، حالت سوم «دسترسی بنابه درخواست» نیز افزوده شده که دارای ضریب «۰.۵» است. اگرچه در شفافیت، اصل بر ارائه‌ی داوطلبانه اطلاعات است، اما ارائه‌ی اطلاعات بنابه درخواست متقاضی نیز، می‌تواند حالت ضعیف‌تری از شفافیت محسوب شود.

همچنین پس از انجام پایلوت، یک بازنگری مجدد در وضعیت مطلوب برخی از گویه‌ها انجام گردید. به عنوان مثال، دسترسی اتاق و اتحادیه به برخی اطلاعات به ویژه در بُعد برگزاری مجامع، محدود بود که با توضیحات ارائه‌شده از سوی شرکت‌ها و نتایج اخذ شده، این وضعیت، بازبینی گردید.

### ۳-۱-۶. امتیاز شرکت‌های پایلوت‌شده

در جدول زیر امتیازهای مربوط به شرکت‌های پایلوت‌شده آورده شده است. میانگین امتیاز چهار شرکت ۳۴.۰۱ است. اختلاف فاحش این امتیاز با وضعیت مطلوب (۷۰.۳۴) گواه وضعیت نامطلوب شرکت‌های تعاونی در ایران از منظر شفافیت است.

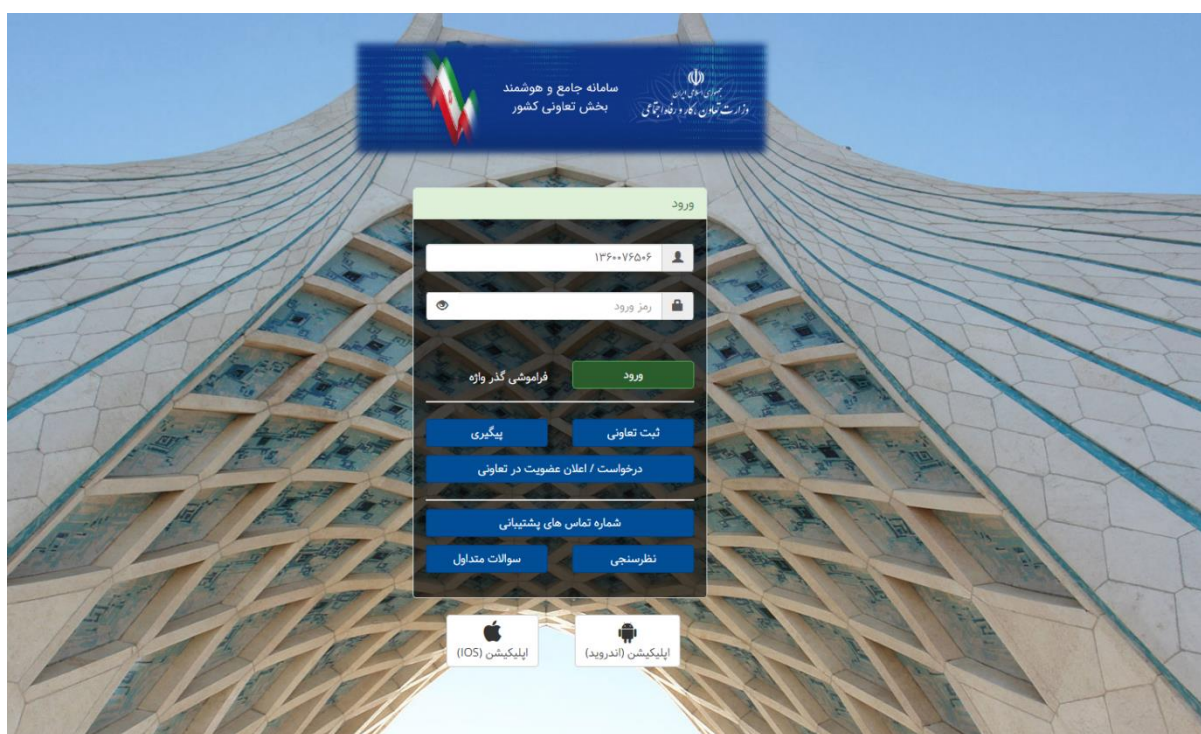
جدول ۳۶- امتیاز شرکت‌های پایلوت‌شده

رتبه	شرکت	امتیاز مطلوب شاخص CTI	حد نهایی امتیاز شاخص CTI	امتیاز ارزیابی شرکت
۱	شرکت دوم	۷۰.۳۴	۱۰۰	۳۶.۶۲
۲	شرکت چهارم	۷۰.۳۴	۱۰۰	۳۵.۷۲
۳	شرکت اول	۷۰.۳۴	۱۰۰	۳۴.۴۴
۴	شرکت سوم	۷۰.۳۴	۱۰۰	۲۹.۲۹
	میانگین		۱۰۰	۳۴.۰۱



## ۲-۶. مقایسه شاخص CTI با سامانه جامع هوشمند بخش تعاون

سامانه جامع هوشمند بخش تعاون در چهارم آبان ۱۳۹۸ توسط معاونت امور تعاون، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، راه‌اندازی گردید. هدف از راه‌اندازی این سامانه، ارائه‌ی خدمات الکترونیکی به تعاونی‌ها و کاهش زمان انجام کار بوده است. همچنین برخی اطلاعات مربوط به شرکت‌های تعاونی به صورت برخط در این سامانه قرار داده می‌شود و با توجه به نقش‌های مختلف، به مراجعه‌کننده‌ها دسترسی داده می‌شود. در این بخش، ضمن تقدیر از اقدامات معاونت امور تعاون، پیشنهادهایی برای ارتقای آن، ارائه می‌گردد.



شکل ۱۷- صفحه نخست سامانه جامع هوشمند بخش تعاون

برخی پیشنهادهای برای ارتقای سامانه:

۱- **تعریف کاربر/نقش برای عموم و اعطای دسترسی به برخی اطلاعات:** در حال حاضر، دسترسی برای عموم مردم در نظر گرفته نشده است. جمع‌آوری داده‌های مربوط به بخش تعاون و ایجاد پایگاه داده، این امکان را می‌دهد که در آینده، برخی اطلاعات مربوط به شرکت‌های تعاونی، در اختیار عموم قرار بگیرد. در شاخص CTI وضعیت مطلوب ارائه داده به عموم در هر گویه مشخص شده است. علاوه بر این، اطلاعات تجمیعی شرکت‌های تعاونی نظیر تعداد تعاونی‌های ثبت‌شده، تعداد تعاونی‌های فعال، تعداد تعاونی‌ها به تفکیک حوزه یا بخش، تعداد اعضای تعاونی در کل کشور/به تفکیک استان، شهر،

بخش یا حوزه و سایر اطلاعات مشابه، قابلیت انتشار عمومی را دارند. تجربه داده‌ی باز شرکت‌های تعاونی در بریتانیا (ر. ک به صفحه‌ی ۶۲). برای این منظور می‌تواند راهگشا باشد.

## ۲- تعریف کاربر/نقش برای پژوهش‌گران و اعطای دسترسی به برخی اطلاعات: در حال حاضر،

نقشی تحت عنوان پژوهش‌گر در سامانه تعریف نشده است. پیشنهاد می‌شود در آینده، نقشی برای این کاربر در نظر گرفته شود به طوری که پژوهش‌گران موردتائید، امکان دسترسی به برخی داده‌ها را داشته باشند. بدیهی است که این سطح دسترسی پژوهش‌گر، در یک سطح بالاتر از دسترسی عموم قرار دارد. در وضعیت مطلوب گویه‌های شاخص CTI دسترسی پژوهش‌گر به گویه‌ها به تفکیک مقدار، زمان و شیوه دسترسی، مشخص شده است. پیشنهاد عملیاتی پژوهش برای کاربر/نقش پژوهش‌گر، ایجاد فرایندی در سامانه است که از طریق آن، پژوهش‌گران حوزه‌ی تعاون، پس از ثبت‌نام در سامانه و تائید هویت از سوی معاونت امور تعاون، امکان دسترسی به برخی اطلاعات را داشته باشند.

## ۳- تعریف کاربر/نقش برای ذی‌نفعان و اعطای دسترسی به برخی اطلاعات: در این پژوهش، سه

کاربر یا نقش برای ذی‌نفع در نظر گرفته شد. اول، شخصی که قصد عضویت در یک شرکت تعاونی را دارد. دوم، بانک یا هر موسسه مالی و اعتباری که به یک شرکت تعاونی خاص، تسهیلات اعطاء کرده است. سوم، فردی، شرکت یا سازمانی که قصد سرمایه‌گذاری در شرکت تعاونی را دارد. هر یک از این کاربران در موقعیت بین درون و بیرون شرکت قرار دارند. ذی‌نفعان نه وابستگی کامل به شرکت دارند و نه به طور کامل، منفک از شرکت هستند. برخی منافع مادی آن‌ها با منافع شرکت در ارتباط است. از این رو، نسبت به دسترسی به برخی اطلاعات، محقق هستند. در این پژوهش، تلاش شد تا وضعیت مطلوب حق اطلاعاتی آن‌ها مشخص شود. لذا با مراجعه به هر گویه، می‌توان حق اطلاعاتی این سه کاربر را ملاحظه کرد.

## ۴- تعریف کاربر/نقش برای اتحادیه‌ها و اتاق‌های تعاون و اعطای دسترسی به برخی اطلاعات:

در حال حاضر، در سامانه جامع هوشمند بخش تعاون، نقشی برای اتاق‌ها و اتحادیه‌های تعاون از جمله اتاق تعاون ایران، مرکز داوری، انجمن نظارت و غیره در نظر گرفته نشده است. پیشنهاد می‌شود در فازهای آتی، این دسترسی فراهم شود.

## ۵- اشتراک داده بین شرکت‌ها: در وضعیت فعلی، امکان تبادل داده یا اطلاعات بین شرکت‌ها وجود

ندارد. همان‌طور که در گزارش نیز ذکر گردید، در برخی موارد شرکت‌های تعاونی فعال در یک حوزه‌ی

خاص، می‌توانند برخی اطلاعات غیرمحرمانه‌ی خود را با یکدیگر تبادل کنند (ر. ک به بخش داده‌ی اشتراکی صفحه‌ی ۴۸).

۶- **جلب اعتماد کاربران سامانه:** همانطور که در بخش ۲-۲-۲- شفافیت عموم برای حکومت در صفحه‌ی ۲۲ گزارش ذکر گردید، جلب اعتماد کاربران از سوی دولت بسیار ضروری است. بحث داده بسته یا حکمرانی شرکتی، یک بحث کاملاً درون شرکتی است و کاربران مجاز دسترسی به داده‌ها، کاربران درون شرکتی هستند. بدیهی است که در صورت راه‌اندازی یک سامانه، این سامانه فقط در اختیار هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت است.

۷- **محدودکردن سامانه به حوزه اختیارات و وظایف حاکمیتی معاونت امور تعاون:** طبق دسته‌بندی ارائه‌شده در این پژوهش، شفافیت در شرکت‌های تعاونی را با استفاده از ادبیات داده (ODI) می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: داده بسته، اشتراکی و باز. در این پژوهش به اختصار به ویژگی‌های متمایز هر دسته و برخی تجربیات بین‌المللی اشاره شد. مهم‌ترین تفاوت بین این سه دسته، در مفهوم حق اطلاعاتی<sup>۱</sup> نهفته است. منظور از حق اطلاعاتی پاسخ به این سوال است که به یک داده یا اطلاعات خاص، چه کسی، در چه زمانی، به چه میزان، چگونه و در چه قالبی باید دسترسی داشته باشد؟ از سویی دیگر، در هر حق اطلاعاتی، طبق دسته‌بندی ODI، دایره کاربران و صاحب اصلی داده/اطلاعات نیز مشخص است. به عنوان مثال، در سطح داده‌ی بسته، اعضای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس و اعضای دارای حق مالکیت بر اطلاعات/داده و اعضای شرکت یا سهام‌داران دارای حق اطلاعاتی هستند. بدیهی است که این نوع اطلاعات، به طور اخص، در درون شرکت مورد استفاده قرار می‌گیرند و سایرین فاقد حق دسترسی به اطلاعات هستند. با این توضیحات، ورود معاونت امور تعاون به سطح «داده‌ی باز»، ضمن این که خارج از حوزه اختیارات و وظایف حاکمیتی این معاونت است و در حوزه امور درونی شرکت قرار دارد، ممکن است تبعات منفی به همراه داشته باشد. رصد تمام اطلاعات از سوی ادمین سامانه (دولت) به ویژه اطلاعاتی که در به طور خاص در حیطه‌ی امور شرکتی قرار دارند، ممکن است با مقاومت شرکت‌ها و عدم همکاری آن‌ها مواجه شد. پیشنهاد پژوهش، طراحی نرم‌افزارهای معتبر از سوی معاونت امور تعاون جهت پیش‌برد مفاهیم «حکمرانی شرکتی» و «شفافیت شرکتی» و معرفی آن‌ها به شرکت‌های تعاونی است. این نرم‌افزارها به مانند نرم‌افزارهای حسابداری از قابلیت‌های فراوانی برای پیش‌برد امر شفافیت در شرکت‌های تعاونی برخوردار هستند.

---

<sup>۱</sup> - right to information

۸- ارتقای تدریجی و گام به گام وضعیت مطلوب ارائه اطلاعات در سامانه: در حال حاضر، با توجه به محدودیت‌های موجود و عدم استقبال شرکت‌ها و وجود موانع قانونی، سامانه جامع هوشمند در سطح عملیاتی پایین‌تری قرار دارد و در برخی گویه‌ها به دریافت حداقلی اطلاعات، بسنده شده است. به‌طوری که بررسی وضعیت ارائه اطلاعات در سامانه با شاخص CTI<sup>1</sup> نشان‌دهنده‌ی امتیاز ۴۶.۸۲ است. اگرچه این امتیاز از میانگین شرکت‌های پایلوت‌شده یعنی ۳۴.۰۱ بالاتر است، اما انتظار می‌رود در آینده و به تدریج همگام با ارتقای وضعیت شفافیت در شرکت‌های تعاونی، وضعیت این سامانه نیز بهبود یابد.

۹- ارجاع به نتیجه پایلوت سامانه با شاخص CTI و استفاده از شاخص مذکور به عنوان الگوی شفافیت در شرکت‌های تعاونی: پیشنهاد می‌شود در هر گویه، به طور خاص، به شناسنامه‌ی آن گویه در شاخص CTI مراجعه گردد.

در جدول زیر، میزان انحراف بین وضعیت سامانه و وضعیت مطلوب شاخص CTI آورده شده است. امتیاز مثبت به معنای بالاتر از حد مطلوب و امتیاز منفی به معنای پایین‌تر از حد مطلوب است.

جدول ۳۷- جدول ارزیابی سامانه جامع هوشمند بخش تعاون با شاخص CTI

ردیف	گویه	امتیاز مطلوب	امتیاز سامانه	میزان انحراف
۱	اساسنامه	۷.۴۵	۷	-۰.۴۵
۲	مجوز و پروانه تاسیس شرکت	۶.۶۵	۴.۱۸	-۲.۴۷
۳	مجوزهای فعالیت شرکت	۶.۷۲	۳.۰۴	-۳.۶۸
۴	آئین‌نامه‌های داخلی شرکت	۲.۲۴	۲.۱۱	-۰.۱۳
۵	تعداد اعضای تعاونی	۱.۶۶	۱.۵۲	-۰.۱۴
۶	تعداد شاغلین شرکت	۰.۷۲	۰.۶۵	-۰.۰۶
۷	مشخصات هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس	۶.۰۵	۴.۴۲	-۱.۶۳
۸	مشخصات مدیران شرکت	۲.۷۲	۰	-۲.۷۲

<sup>1</sup>- پس از برگزاری جلسات مشترک بین ناظر و کارفرمای پروژه با تیم پژوهش، پایلوت سامانه با همکاری جناب آقای مهندس هاشمی، مدیرکل دفتر توسعه تعاون، انجام گرفت. فایل اکسل ارزیابی وضعیت سامانه جامع هوشمند به پیوست ارائه گردیده است.

ردیف	گویه	امتیاز مطلوب	امتیاز سامانه	میزان انحراف
۹	وضعیت عضویت تعاونی در اتحادیه‌ها و اتاق‌ها	۲.۳۳	۰	-۲.۳۳
۱۰	شکایات اعضاء	۱.۵۹	۱.۵۹	۰
۱۱	احکام قطعی تخلف در محاکم قضایی یا دولتی	۶.۷	۵.۸۸	-۰.۸۲
۱۲	وضعیت سهام شرکت	۵.۹۳	۲.۵۴	-۳.۴۰
۱۳	مشخصات اعضای تعاونی	۰.۶۵	۰.۶۲	-۰.۰۴
۱۴	مشخصات کارکنان شرکت	۰.۳۲	۰.۲۵	-۰.۰۷
۱۵	ترازنامه	۱۵.۶	۷.۷۶	-۷.۸۴
۱۶	صورت سود و زیان جاری و انباشته	۶.۳۷	۴.۸	-۱.۵۷
۱۷	صورت وجوه نقد	۳.۶۲	۲.۷۲	-۰.۸۹
۱۸	موجودی مواد و کالا	۰.۸۹	۰	-۰.۸۹
۱۹	نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت	۵.۶۷	۰	-۵.۶۷
۲۰	برگزاری مناقصه و مزایده	۳.۶۳	۰	-۳.۶۳
۲۱	شرکت در مناقصه و مزایده	۱.۹۳	۰	-۱.۹۳
۲۲	قراردادهای تجاری شرکت	۲.۱۴	۰	-۲.۱۴
۲۳	سرمایه‌گذاران شرکت	۱.۹	۱.۹	۰
۲۴	تامین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت	۱.۰۵	۰	-۱.۰۵
۲۵	دستور جلسات هیئت‌مدیره	۰.۸۲	۰.۸۲	۰
۲۶	صورت جلسات هیئت‌مدیره	۱.۵۷	۱.۵۷	۰
۲۷	دستور جلسات مجامع	۱.۹۶	۱.۴۷	-۰.۴۹
۲۸	صورت جلسات مجامع	۲.۶۹	۲.۶۹	۰
۲۹	مشخصات هیئت‌رئیس مجامع	۰.۶۵	۰.۶۵	۰
۳۰	گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره	۳.۴۴	۲.۶۷	-۰.۷۶
۳۱	گزارش‌های بازرس/بازرسان	۳.۰۱	۲.۳۴	-۰.۶۷
۳۲	وضعیت و کالتنامه‌ها	۲.۷۲	۰	-۲.۷۲
۳۳	رای‌گیری در مجامع	۴.۰۹	۳.۸۳	-۰.۲۶
۳۴	حقوق و مزایای هیئت‌مدیره، مدیرعامل و بازرس/بازرسان	۴.۱۲	۰	-۴.۱۲
۳۵	حقوق و مزایای مدیران شرکت	۱.۶۴	۰	-۱.۶۴

میزان انحراف	امتیاز سامانه	امتیاز مطلوب	گویه	ردیف
-۰.۶۵	۰	۰.۶۵	حقوق و مزایای کارکنان شرکت	۳۶
-۴.۲۲	۰	۴.۲۲	چشم‌انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت	۳۷
-۱.۴۴	۰	۱.۴۴	مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی	۳۸
-۱.۲۹	۰	۱.۲۹	مرام‌نامه یا کدهای اخلاقی شرکت	۳۹
-۲۶.۷۲	۴۳.۶۲	۷۰.۳۴	جمع کل	

## ۶-۳. شناسنامه گویه‌ها

### ۶-۳-۱. اساسنامه شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده	اساسنامه	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵			*	*			*			*			اعضا	داده بسته		
۵			*	*			*			*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۳			*	*			*			*			ذی نفعان			
۱			*	*			*			*			سایر شرکت‌ها			
۳			*	*			*			*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۱			*	*			*			*			پژوهشگران			
۳			*	*			*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۹/۹۵	۷/۴۵			۱۸۲			۶	۴/۰۹%	۱	۲۲/۸%	۳	۱۷/۲%	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات (اجمالی\_ ماده ۱ اساسنامه؛ تفصیلی: تصویر کل سند اساسنامه): در صورتی که شرکت تعاونی، فقط ماده ۱ اساسنامه را منتشر کند، در سرستون مقدار اطلاعات، امتیاز اجمالی را دریافت می‌کند. در صورتی که کل سند مهر و امضاء شده‌ی اساسنامه را اسکن شده منتشر کند، امتیاز تفصیلی را دریافت خواهد کرد. هر میزان اطلاعاتی که بیش از ماده ۱ اساسنامه و کم‌تر از کل سند، منتشر شود، امتیاز اقدام‌اثرگذار را دریافت خواهد کرد. بدیهی است که یک شرکت برای دریافت حداقل امتیاز در مقدار اطلاعات، می‌بایست حداقل ماده ۱ اساسنامه را منتشر کند، در غیر این صورت هیچ امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.

زمان انتشار اطلاعات: از آن جایی که به لحاظ ماهیتی، بالاترین سطح انتشار داده، یعنی تصویر کل سند اساسنامه در نظر گرفته شده است، تنها سطح ۱ امکان‌پذیر است و سایر سطوح امکان‌پذیر نیستند. علت این است که اصل سند حقوقی، حائز اهمیت است

۶-۳-۲. مجوز و پروانه تأسیس شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*				*		هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	مجوز و پروانه تأسیس شرکت	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵			*	*			*				*		اعضا			
۵			*	*			*				*		وزارت تعاون			
۴			*	*			*				*		ذی نفعان			
۳			*	*			*				*		سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۳			*	*			*				*		اتاق و اتحادیهها			
۱			*	*			*				*		پژوهشگران			
۴			*	*			*				*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۸/۸۳	۶/۶۵			۲۱۰			۱۳	۳/۱۶٪	۳	۱۸/۴٪	۳	۱۷/۲٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: (اجمالی - شماره مجوزهای اخذشده: تفصیلی: تصویر سند) در صورتی که شرکت تعاونی، فقط شماره مجوزها را منتشر کند، در سرستون مقدار اطلاعات، امتیاز اجمالی را دریافت می کند. در صورتی که کل سند مهر و امضاء شده‌ی مجوزها را اسکن شده منتشر کند، امتیاز تفصیلی را دریافت خواهد کرد. هر میزان اطلاعاتی که بیش از شماره مجوز و کم تر از کل سند، منتشر شود، امتیاز اقدام اثرگذار را دریافت خواهد کرد. بدیهی است که یک شرکت برای دریافت حداقل امتیاز در مقدار اطلاعات، می بایست حداقل شماره‌ی مجوزها را منتشر کند، در غیر این صورت هیچ امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.  
زمان انتشار اطلاعات: از آن جایی که به لحاظ ماهیتی، بالاترین سطح انتشار داده، یعنی تصویر کل مجوز در نظر گرفته شده است، تنها سطح ۱ امکان پذیر است و سایر سطوح امکان پذیر نیستند. علت این است که اصل سند حقوقی، حائز اهمیت است



۳-۳-۶. مجوزهای فعالیت شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*				*		هیئت مدیره/بازرس	داده	مجازهای فعالیت شرکت	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵			*	*			*				*		اعضا	بسته		
۵			*	*			*				*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۴			*	*			*				*		ذی نفعان			
۳			*	*			*				*		سایر شرکتها			
۳			*	*			*				*		اتاق و اتحادیهها			
۱			*	*			*				*		پژوهشگران			
۴			*	*			*				*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۸/۹۳	۶/۷۲			۲۱۰			۱۲	۳/۲۰٪	۲	۱۸/۶٪	۳	۱۷/۲٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: (اجمالی- نوع مجوز اخذشده؛ تفصیلی: تصویر سند) در صورتی که شرکت تعاونی، فقط نوع مجوزها را منتشر کند، در سرستون مقدار اطلاعات، امتیاز اجمالی را دریافت می‌کند. در صورتی که کل سند مهر و امضاء شده‌ی مجوزها را اسکن شده منتشر کند، امتیاز تفصیلی را دریافت خواهد کرد. هر میزان اطلاعاتی که بیش از نوع مجوز و کم تر از کل سند، منتشر شود، امتیاز اقدام‌اثرگذار را دریافت خواهد کرد. بدیهی است که یک شرکت برای دریافت حداقل امتیاز در مقدار اطلاعات، می‌بایست حداقل نوع مجوزها را منتشر کند، در غیر این صورت هیچ امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.

زمان انتشار اطلاعات: از آنجایی که به لحاظ ماهیتی، بالاترین سطح انتشار داده، یعنی تصویر کل مجوز در نظر گرفته شده است، تنها سطح ۱ امکان‌پذیر است و سایر سطوح امکان‌پذیر نیستند. علت این است که اصل سند حقوقی، حائز اهمیت است

۶-۳-۴. آئین‌نامه‌های داخلی شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*				*		هیئت‌مدیره/بازرس	داده	آئین‌نامه های داخلی شرکت	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵			*	*			*				*		اعضا	بسته		
۵			*	*			*				*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۳			*	*			*				*		ذی‌نفعان			
۱			*	*			*	*			*		سایر شرکت‌ها			
۱			*	*			*	*			*		اتاق و اتحادیه‌ها			
۱			*	*			*	*			*		پژوهشگران			
۱			*	*			*	*			*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۳/۲۴	۲/۲۴			۱۴۳			۲۵	۱/۵۷٪	۵	۹/۱٪	۳	۱۷/۳٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: (اجمالی - عناوین تمام آئین‌نامه‌های مصوب؛ تفصیلی: مشروح تمام آئین‌نامه‌های مصوب) در صورتی که شرکت تعاونی، فقط عنوان آئین‌نامه‌های مصوب را منتشر کند، در سرستون مقدار اطلاعات، امتیاز اجمالی را دریافت می‌کند. در صورتی که مشروح تمام آئین‌نامه‌های مصوب را منتشر کند، امتیاز تفصیلی را دریافت خواهد کرد. هر میزان اطلاعاتی که بیش از سطح اجمالی و کم‌تر از سطح تفصیلی، منتشر شود، امتیاز اقدام‌اثرگذار را دریافت خواهد کرد. بدیهی است که یک شرکت برای دریافت حداقل امتیاز در مقدار اطلاعات، می‌بایست حداقل عنوان تمام آئین‌نامه‌های داخلی مصوب را منتشر کند، در غیر این صورت هیچ امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.

۶-۳-۵. تعداد اعضای تعاونی

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*							*		هیئت مدیره/بازرس	داده	تعداد اعضای تعاونی	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵	*			*							*		اعضا	داده بسته		
۵	*			*							*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۲	*			*							*		ذی نفعان			
۳	*			*							*		سایر شرکتها			
۳	*			*							*		اتاقی و اتحادیهها			
۴	*			*							*		پژوهشگران			
۳	*			*							*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۲/۵۸	۱/۶۶			۱۸۶			۳۳	۰/۸۹٪	۷	۵/۲٪	۳	۱۷/۲٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: صرفاً تعداد اعضاء در قالب عدد مدنظر است. لذا مقدار انتشار اطلاعات موضوعیت ندارد.

زمان انتشار اطلاعات: امکان انتشار اطلاعات در قالب سامانه (سطح سوم) وجود دارد.

۶-۳-۶. تعداد شاغلین در شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقلام اترگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*						*			هیئت مدیره بازرس	داده	تعداد شاغلین شرکت	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵	*			*						*			اعضا	بسته		
۴	*			*						*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۲	*			*						*			ذی نفعان			
۱	*			*						*			سایر شرکتها			
۲	*			*						*			اتاق و اتحادیهها			
۴	*			*						*			پژوهشگران			
۱	*			*						*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۱/۱۲	۰/۷۲			۱۴۴			۳۸	۰/۵۰٪	۸	۲/۹٪	۳	۱۷/۲٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: صرفاً تعداد شاغلین در قالب عدد مدنظر است. لذا مقدار انتشار اطلاعات موضوعیت ندارد.

زمان انتشار اطلاعات: امکان انتشار اطلاعات در قالب سامانه (سطح سوم) وجود دارد.

۶-۳-۷. مشخصات هیئت مدیره، مدیرعامل و بازرسی/بازرس ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام انرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده	مشخصات هیئت مدیره، بازرس و مدیرعامل	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۵	*			*			*			*			اعضا	داده		
۵	*			*			*			*			وزارت تعاون	داده		
۴	*			*			*			*			ذی نفعان	اشتراکی		
۳	*			*			*			*			سایر شرکتها			
۳	*			*			*		*	*			اتاق و اتحادیهها			
۳	*			*			*		*	*			پژوهشگران			
۲	*			*				*	*	*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۶/۶۷	۶/۰۵			۲۵۳			۱۸	۲/۳۹٪	۴	۱۳/۹٪	۳	۱۷/۲٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: (اجمالی: نام و نام خانوادگی و کد ملی؛ تفصیلی: اجمالی + شماره تماس، تاریخ انتخاب، دوره، رزومه). توضیح این که از آن جایی که کد ملی اعضای هیئت مدیره به طور رسمی در روزنامه رسمی منتشر می شود، جزء اطلاعات شخصی افراد قرار نمی گیرد.

۶-۳-۸. مشخصات مدیران شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	مشخصات مدیران شرکت	شفافیت اطلاعات هویتی شرکت
۴	*			*			*				*			اعضا			
۳	*			*				*			*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۳	*			*				*			*			ذی نفعان			
۲	*			*				*			*			سایر شرکتها			
۲	*			*				*			*			اتاقی و اتحادیهها			
۳	*			*				*			*			پژوهشگران			
۱	*			*				*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۳/۱۲	۲/۷۲			۱۸۸			۲۷	۱/۴۴٪	۶	۸/۴٪	۳	۱۷/۲٪	عدد				

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: (اجمالی: نام و نام خانوادگی؛ تفصیلی: اجمالی + شماره تماس، کد ملی، رزومه)

۶-۳-۹. وضعیت عضویت تعاونی در اتحادیه‌ها و اتاق‌ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	وضعیت عضویت تعاونی در اتحادیه‌ها و اتاق‌ها	اطلاعات حقوقی شرکت
۴	*			*			*			*			اعضا			
۴	*			*				*		*			وزارت تعاون			
۳	*			*				*		*			ذی‌نفعان			
۳	*			*				*		*			سایر شرکت‌ها	داده اشتراکی		
۲	*			*				*		*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۳	*			*				*		*			پژوهشگران			
۱	*			*				*		*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۲/۶۶	۲/۳۳			۲۰۵			۳۰	۱/۱۴٪	۴	۱۱/۵٪	۴	۹/۹٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات (اجمالی: فقط اسامی؛ تفصیلی: تأییدیه عضویت، تکالیف و تعهدات): اگر یک شرکت، فقط اسامی اتاق‌ها و اتحادیه‌هایی که در آن‌ها عضو است را منتشر کند، امتیاز سطح اجمالی را دریافت می‌کند، اگر علاوه بر اسامی، تأییدیه رسمی عضویت، تکالیف و تعهدات شرکت در قبال اتاق‌ها و اتحادیه‌ها را نیز منتشر کند، امتیاز سطح تفصیلی دریافت می‌کند. بدیهی است که اطلاعاتی بیش‌تر از سطح اجمالی و کم‌تر از سطح تفصیلی، امتیاز اقدام‌اثرگذار دریافت می‌کند.

۱۰-۳-۶. شکایتهای اعضاء

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	شکایتهای اعضاء	اطلاعات حقوقی شرکت
۴	*			*				*		*			اعضا	داده اشتراکی		
۵	*			*				*					وزارت تعاون			
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۱											*		اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۲/۶۶	۱/۵۹			۱۰۸			۲۶	۱/۴۸٪	۳	۱۴/۹٪	۴	۹/۹٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: (اجمالی: فهرست شکایات (تعداد و موضوع)؛ تفصیلی: اجمالی + تاریخ، مشروح شکایت، فرایند رسیدگی و نتایج). انتشار تعداد شکایتهای موضوع آنها، کمترین سطح انتشار داده در سطح اجمالی است.



۱۱-۳-۶. احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی یا دولتی

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	احکام قطعی تخلفات در محاکم قضائی یا دولتی	اطلاعات حقوقی شرکت
۵	*			*			*				*			اعضا			
۵	*			*			*				*			وزارت تعاون			
۴	*			*				*			*			ذی نفعان			
۳	*				*			*			*			سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۲	*				*			*			*			اتاق و اتحادیهها			
۲	*				*			*			*			پژوهشگران			
۱														عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۸/۲۳	۶/۷۰			۲۰۵			۱۰	۳/۲۷٪	۱	۳۳٪	۴	۹/۹٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: (اجمالی: فهرست احکام (تعداد و موضوع)؛ تفصیلی: اجمالی+ تاریخ، مشروح شکایت، فرایند رسیدگی و مشروح احکام)

۶-۳-۱۲. وضعیت سهام شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	وضعیت سهام شرکت	اطلاعات حقوقی شرکت
۴	*			*			*				*			اعضا			
۴	*			*			*				*			وزارت تعاون			
۳	*			*				*			*			ذی نفعان			
۳	*			*				*			*			سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۲	*			*				*			*			اتاق و اتحادیهها			
۲	*			*				*			*			پژوهشگران			
۱	*			*				*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه یا احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۶/۸۸	۵/۹۳			۱۹۴			۱۴	۳/۰۶٪	۲	۳۰/۹٪	۴	۹/۹٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: اسامی سهامداران کلان (بیش از ۱۰ درصد)؛ تفصیلی: اجمالی + میزان سهام، وضعیت سهامدار (عضو/غیرعضو، حقیقی/حقوقی)

۶-۳-۱۳. مشخصات اعضای تعاونی

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	مشخصات اعضای تعاونی	اطلاعات حقوقی شرکت
۳	*			*			*				*			اعضا			
۴	*			*			*				*			وزارت تعاون			
۱											*			ذی نفعان			
۱											*			سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۱											*			اتاق و اتحادیهها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۰/۹۸	۰/۶۵			۱۰۸			۳۶	۰/۶۰٪	۵	۶/۱٪	۴	۹/۹٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: نام و نام خانوادگی؛ تفصیلی: اجمالی + کد ملی و شماره تماس

۶-۳-۱۴. مشخصات کارکنان شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقلام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	مشخصات کارکنان شرکت	اطلاعات حقوقی شرکت
۴	*			*				*			*			اعضا			
۲	*			*				*			*			وزارت تعاون			
۱											*			ذی نفعان			
۱											*			سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۱											*			اتاق و اتحادیهها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۰/۵۶	۰/۳۲			۸۷			۳۹	۰/۳۷٪	۶	۳/۷٪	۴	۹/۹٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: نام و نام خانوادگی؛ تفصیلی: اجمالی + کد ملی و شماره تماس

۶-۳-۱۵. ترازنامه

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	ترازنامه	اطلاعات مالی شرکت
۵	*			*				*			*			اعضا			
۴	*			*				*			*			وزارت تعاون			
۳	*			*				*			*			ذی نفعان			
۳	*			*				*			*			سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۳	*			*				*			*			اتاق و اتحادیهها			
۳	*			*				*			*			پژوهشگران			
۱												*	عموم	داده باز			
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۱۹/۹۵	۱۵/۹۱			۲۰۱			۲	۷/۹۲٪	۲	۱۹/۵٪	۱	۴۰/۶٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: تراز در سطح کل؛ اقدام اثرگذار: تراز چند مورد در سطح معین؛ تفصیلی: در سطح تفصیلی

۶-۳-۱۶. صورت سود و زیان جاری و انباشته

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره بازرس	داده	صورت سود و زیان جاری و انباشته	اطلاعات مالی شرکت
۴	*			*				*		*			اعضا	بسته		
۲	*			*				*		*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۲	*			*				*		*			اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۱۴/۱۴	۸/۸۲			۱۰۱			۱	۸/۷۳٪	۱	۲۱/۵٪	۱	۴۰/۶٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: در سطح معین؛ تفصیلی: صورت در سطح تفصیلی

۶-۳-۱۷. صورت وجوه نقد

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره بازرس	داده بسته	صورت وجوه نقد	اطلاعات مالی شرکت
۴	*			*				*		*			اعضا				
۲	*			*				*		*			وزارت تعاون				
۱											*		ذی نفعان				
۱											*		سایر شرکتها				
۲	*			*				*		*			اتاق و اتحادیهها				
۱											*		پژوهشگران				
۱											*		عموم	داده باز			
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۸/۰۲	۵/۰۰			۱۰۱			۵	۴/۹۵٪	۴	۱۲/۲٪	۱	۴۰/۶٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: در سطح کل؛ اقدام اثرگذار: در سطح معین؛ تفصیلی: صورت در سطح تفصیلی

۶-۳-۱۸. موجودی مواد و کالا

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	موجودی مواد و کالا	اطلاعات مالی شرکت
۱	*			*				*			*			اعضا			
۱											*			وزارت تعاون			
۱											*			ذی نفعان			
۱											*			سایر شرکتها			
۱											*			اتاقی و اتحادیهها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه یا احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۲/۰۰	۰/۸۹			۵۲			۲۳	۱/۷۱٪	۸	۴/۲٪	۱	۴۰/۶٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: در سطح معین؛ تفصیلی: صورت در سطح تفصیلی



۶-۳-۱۹. نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	نوع و محل سرمایه‌گذاری‌های شرکت	اطلاعات مالی شرکت
۴	*			*			*			*			اعضا			
۱											*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۳	*			*				*	*				ذی‌نفعان			
۱											*		سایر شرکت‌ها			
۱											*		اتاق و اتحادیه‌ها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه امتیاز			
۹/۰۱	۵/۶۷			۱۰۲			۳	۵/۵۶٪	۳	۱۳/۷٪	۱	۴۰/۶٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی؛ محل سرمایه‌گذاری؛ تفصیلی؛ اجمالی + نوع و میزان و مدت

۶-۳-۲۰. برگزاری مناقصه‌ها و مزایده‌ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقلام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	برگزاری مناقصه‌ها و مزایده‌ها	اطلاعات مالی شرکت
۴	*			*			*			*			اعضا			
۳	*			*				*		*			وزارت تعاون			
۳	*			*				*		*			ذی‌نفعان			
۳	*			*				*		*			سایر شرکت‌ها	داده اشتراکی		
۲	*			*				*		*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۲	*			*				*		*			پژوهشگران			
۱	*			*				*		*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۴/۳۸	۳/۶۳			۱۷۹			۲۱	۲/۰۳٪	۷	۵٪	۱	۴۰/۶٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی: عنوان مناقصه و مزایده تاریخ، نوع، شرح مناقصه و مزایده (آگهی)؛ تفصیلی: اجمالی + معیارهای انتخاب، هیئت انتخاب، پیشنهادها، برنده

۶-۳-۲۱. شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*				*		هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها	اطلاعات مالی شرکت
۴	*			*			*				*		اعضا			
۲	*			*				*			*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۲	*			*				*			*		ذی‌نفعان			
۲	*			*				*			*		سایر شرکت‌ها			
۱	*			*				*			*		اتاق و اتحادیه‌ها			
۱	*			*				*			*		پژوهشگران			
۱	*			*				*			*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۲/۲۹	۱/۹۳			۱۴۴			۲۸	۱/۳۴٪	۱۰	۳/۳۰٪	۱	۴۰/۶٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی: عنوان مناقصه و مزایده تاریخ، نوع، شرح مناقصه و مزایده (آگهی)؛ تفصیلی: اجمالی + پیشنهادهای شرکت، نتایج

۶-۳-۲۲. قراردادهای تجاری شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*				*		هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	قراردادهای تجاری شرکت	اطلاعات مالی شرکت
۴			*	*				*			*		اعضا			
۱											*		وزارت تعاون			
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها	داده اشتراکی		
۱											*		اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه یا احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۵/۶۱	۲/۱۴			۵۵			۷	۳/۹۰٪	۵	۹/۶٪	۱	۴۰/۶٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: عناوین قراردادها؛ تفصیلی: تصویر سند کل قراردادها

۶-۳-۲۳. سرمایه‌گذاران شرکت (غیرعضو و غیرسهام‌دار)

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت‌مدیره‌ابازرس	داده بسته	سرمایه‌گذاران شرکت (غیرعضو و غیرسهام‌دار)	اطلاعات مالی شرکت
۳	*			*				*			*			اعضا			
۱											*			وزارت تعاون			
۱											*			ذی‌نفعان			
۱											*			سایر شرکت‌ها	داده اشتراکی		
۱											*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۳/۸۹	۱/۹۰			۶۶			۱۵	۲/۸۸٪	۶	۷/۱٪	۱	۴۰/۶٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی؛ اطلاعات هویتی سرمایه‌گذار؛ تفصیلی: اجمالی + نوع و میزان و مدت

۶-۳-۲۴. تأمین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	تأمین‌کننده‌ها و مشتریان شرکت	اطلاعات مالی شرکت
۳	*			*				*			*			اعضا			
۱											*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*			ذی‌نفعان			
۱											*			سایر شرکت‌ها			
۱											*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۲/۱۴	۱/۰۵			۶۶			۲۴	۱/۵۸٪	۹	۳/۹٪	۱	۴۰/۶٪	عدد				

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی؛ اسامی تأمین‌کننده‌ها و مشتریان؛ تفصیلی: اجمالی + عنوان، حجم معامله، مشخصات تأمین‌کننده یا مشتری

۶-۳-۲۵. دستور جلسات هیئت مدیره

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	دستور جلسات هیئت مدیره	جلسات شرکت و مجامع
۴	*			*			*			*			اعضا			
۱											*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۱											*		اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب رتبه/امتیاز			
۱/۴۵	۰/۸۲			۸۱			۳۲	۱/۰۱٪	۸	۵/۱٪	۲	۱۹/۸٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی: زمان؛ تفصیلی: اجمالی + مکان و عناوین موضوعات

۶-۳-۲۶. صورت جلسات هیئت مدیره

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	صورت جلسات هیئت مدیره	جلسات شرکت و مجامع
۴	*			*			*			*			اعضا			
۱											*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۱											*		اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۲/۷۹	۱/۵۷			۸۱			۲۲	۱/۹۴٪	۶	۹/۸٪	۲	۱۹/۸٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی: زمان؛ تفصیلی: اجمالی + مکان، حضور و غیاب، جزئیات آراء، مصوبه (عنوان، مجری و مهلت زمانی)



۶-۳-۲۷. دستور جلسات مجامع

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	دستور جلسات مجامع	جلسات شرکت و مجامع
۵	*			*			*				*			اعضا			
۴	*			*			*				*			وزارت تعاون			
۲	*			*				*			*			ذی نفعان			
۱	*			*				*			*			سایر شرکتها			
۱	*			*				*			*			اتاق و اتحادیهها			
۱	*			*				*			*			پژوهشگران			
۱	*			*				*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۲/۲۱	۱/۹۶			۱۶۸			۲۹	۱/۱۷٪	۷	۵/۹٪	۲	۱۹/۸٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: زمان و مکان؛ تفصیلی: اجمالی + عناوین موضوعات

۶-۳-۲۸. صورت جلسات مجامع

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	صورت جلسات مجامع	جلسات شرکت و مجامع
۴	*			*			*				*			اعضا			
۳	*			*			*				*			وزارت تعاون			
۱											*			ذی نفعان	داده اشتراکی		
۱											*			سایر شرکتها			
۲	*			*			*				*			اتاق و اتحادیهها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۴/۲۷	۳/۱۴			۱۲۶			۱۶	۲/۴۹٪	۴	۱۲/۶٪	۲	۱۹/۸٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: زمان و مکان؛ تفصیلی: اجمالی + حضور و غیاب و مشروح مذاکرات، مصوبه (عنوان، مجری و مهلت زمانی)

۶-۳-۲۹. مشخصات هیئت رئیسه مجامع

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره بازرس	داده	مشخصات هیئت رئیسه مجامع	جلسات شرکت و مجامع
۴	*			*				*		*			اعضا	بسته		
۴	*			*			*			*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۱								*		*			اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۱/۰۲	۰/۶۵			۱۱۰			۳۷	۰/۵۹%	۹	۳/۰%	۲	۱۹/۸%	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی: نام و نام خانوادگی؛ تفصیلی: اجمالی + شماره تماس

۶-۳-۳۰. گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده	گزارش‌های عملکرد هیئت‌مدیره	جلسات شرکت و مجامع
۵	*			*			*				*			اعضا	بسته		
۲	*			*			*				*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*			ذی‌نفعان			
۱											*			سایر شرکت‌ها			
۲	*			*			*				*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۶/۵۳	۴/۸۱			۱۲۶			۸	۳/۸۲٪	۱	۱۹/۳٪	۲	۱۹/۸٪	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: تیتراقدامات؛ تفصیلی: مشروح اقدامات

۳-۳-۳۱. گزارش‌های بازرسی/بازرسی‌ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*				*		هیئت‌مدیره/بازرسی	داده بسته	گزارش‌های بازرسی/ بازرسی‌ها	جلسات شرکت و مجامع اشتراکی
۵	*			*			*				*		اعضا			
۲	*			*			*				*		وزارت تعاون			
۱											*		ذی‌نفعان			
۱											*		سایر شرکت‌ها			
۲	*			*			*				*		اتاق و اتحادیه‌ها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۵/۷۲	۴/۲۲			۱۲۶			۹	۳/۳۵٪	۲	۱۶/۹٪	۲	۱۹/۸٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: تیتراقدامات؛ تفصیلی: مشروح و نتایج اقدامات

۶-۳-۳۲. وضعیت وکالت‌نامه‌ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*				*		هیئت‌مدیره/بازرس	داده	وضعیت وکالت‌نامه‌ها	جلسات شرکت و مجامع
۴	*			*			*				*		اعضا	بسته		
۵	*			*			*				*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی‌نفعان			
۱											*		سایر شرکت‌ها			
۲	*			*			*				*		اتاق و اتحادیه‌ها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۴/۰۸	۳/۱۱			۱۴۴			۲۰	۲/۱۶٪	۵	۱۰/۹٪	۲	۱۹/۸٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: اسامی و کلا و موکلین؛ تفصیلی: اجمالی + تأییدیه‌ی هیئت‌رئیس

۶-۳-۳۳. رای گیری در مجامع

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره بازرس	داده بسته	رای گیری در مجامع	جلسات شرکت و مجامع
۴	*			*			*			*			اعضا			
۵	*			*			*			*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۱											*		اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۵/۸۴	۴/۰۹			۱۲۶			۱۱	۳/۲۵٪	۳	۱۶/۴٪	۲	۱۹/۸٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: نتایج آراء (به تفکیک موافق و مخالف)؛ تفصیلی: اجمالی + تعداد تعرفهها و تعداد حاضرین در زمان رأی گیری

۳-۳-۳۴. حقوق و مزایای هیئت مدیره، مدیرعامل و بازرسی/بازرس ها

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره/بازرس	داده	حقوق و مزایای هیئت مدیره، بازرس/بازرسان و مدیرعامل	حقوق و مزایا در شرکت
۵	*			*				*		*			اعضا	بسته		
۲	*			*				*		*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱										*			ذی نفعان			
۱										*			سایر شرکتها			
۲	*			*				*		*			اتاق و اتحادیهها			
۱										*			پژوهشگران			
۱										*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۸/۸۱	۵/۵۷			۱۰۸			۴	۵/۱۵٪	۱	۶۲/۱٪	۵	۸/۳٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی؛ ناخالص دریافتی؛ تفصیلی: اجمالی+ مزایا



۳-۳-۶. حقوق و مزایای مدیران شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵	*			*			*				*			هیئت مدیره/بازرس	داده بسته	حقوق و مزایای مدیران شرکت	حقوق و مزایای شرکت
۴	*			*				*			*			اعضا			
۱											*			وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*			ذی نفعان			
۱											*			سایر شرکتها			
۱											*			اتاق و اتحادیهها			
۱											*			پژوهشگران			
۱											*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه یا احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۳/۲۴	۱/۶۴			۷۳			۱۹	۲/۲۵%	۲	۲۷/۱%	۵	۸/۳%	عدد				

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی؛ ناخالص دریافتی؛ تفصیلی: اجمالی + مزایا

۳۶-۳-۶. حقوق و مزایای کارکنان شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵	*			*			*			*			هیئت مدیره بازرس	داده	حقوق و مزایای کارکنان شرکت	حقوق و مزایا در شرکت
۴	*			*				*		*			اعضا	بسته		
۱											*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۱											*		ذی نفعان			
۱											*		سایر شرکتها			
۱											*		اتاق و اتحادیهها			
۱											*		پژوهشگران			
۱											*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۱/۲۸	۰/۶۵			۷۳			۳۴	۰/۸۹٪	۳	۱۰/۷٪	۵	۸/۳٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی؛ ناخالص دریافتی؛ تفصیلی: اجمالی + مزایا

۶-۳-۳۷. چشم‌انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد	
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی					
۵			*	*			*				*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	چشم‌انداز، اهداف و برنامه‌های شرکت	سیاست‌های شرکت
۵			*	*			*				*			اعضا			
۴			*	*				*			*			وزارت تعاون			
۴			*	*				*			*			ذی‌نفعان			
۳			*	*				*			*			سایر شرکت‌ها	داده اشتراکی		
۳			*	*				*			*			اتاقی و اتحادیه‌ها			
۴			*	*				*			*			پژوهشگران			
۲			*	*				*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز				
۶/۹۳	۴/۲۲			۱۷۰			۱۷	۲/۴۸٪	۱	۵۹/۱٪	۶	۴/۲٪	عدد				

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: اجمالی: تیترا اهداف و برنامه‌ها؛ تفصیلی: اجمالی+ شرح اهداف و سندهای پشتیبان

۳۸-۳-۶. مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*			*			*			هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی	سیاست‌های شرکت
۵			*	*			*			*			اعضا			
۳			*	*			*			*			وزارت تعاون			
۳			*	*			*			*			ذی‌نفعان			
۳			*	*			*			*			سایر شرکت‌ها	داده اشتراکی		
۳			*	*			*			*			اتاق و اتحادیه‌ها			
۵			*	*			*			*			پژوهشگران			
۵			*	*			*			*			عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب‌رتبه/امتیاز			
۱/۹۱	۱/۴۴			۲۲۴			۳۵	۰/۶۴٪	۳	۱۵/۳٪	۶	۴/۲٪	عدد			

ملاحظات:

مقدار اطلاعات: اجمالی: عنوان برنامه‌ها؛ تفصیلی: اجمالی + شرح برنامه‌ها و سند‌های پشتیبان

۶-۳-۳۹. مرام‌نامه یا کدهای اخلاقی شرکت

اهمیت گویه برای کاربر در مقایسه با سایر کاربران	شیوه انتشار اطلاعات			زمان انتشار اطلاعات			مقدار اطلاعات			نوع دسترسی			کاربر	نوع داده	گویه	بُعد
	سطح ۳	سطح ۲	سطح ۱	برخط	چندماهه	سالانه	تفصیلی	اقدام اثرگذار	اجمالی	دسترسی	دسترسی بنا به درخواست	عدم دسترسی				
۵			*	*							*		هیئت‌مدیره/بازرس	داده بسته	مرام‌نامه یا کدهای اخلاقی شرکت	سیاست‌های شرکت
۵			*	*							*		اعضا			
۴			*	*							*		وزارت تعاون	داده اشتراکی		
۴			*	*							*		ذی‌نفعان			
۳			*	*							*		سایر شرکت‌ها			
۳			*	*							*		اتاق و اتحادیه‌ها			
۳			*	*							*		پژوهشگران			
۳			*	*							*		عموم	داده باز		
حد نهایی امتیاز گویه با احتساب ضریب اهمیت	امتیاز مطلوب گویه با احتساب ضریب اهمیت			امتیاز مطلوب گویه بدون احتساب ضریب			رتبه اهمیت گویه در شاخص	ضریب اهمیت گویه در شاخص	رتبه گویه در بعد	ضریب گویه در بعد	رتبه بعد در شاخص	ضریب بعد در شاخص	ضریب/رتبه/امتیاز			
۲/۹۹	۱/۲۹			۱۲۰			۳۱	۱/۰۷٪	۲	۲۵/۵٪	۶	۴/۲٪	عدد			

ملاحظات:  
مقدار اطلاعات: تفصیلی؛ انتشار؛ اجمالی و اقدام اثرگذار نداریم



اندیشکده شفافیت برای ایران

آدرس: تهران، خیابان جلال آل احمد، جنب دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، پلاک ۳

تلفن: ۰۲۱-۸۸۰۱۹۵۵۰