

مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در ایران، فرانسه، آلمان و هندوستان

✉ soleymanzadehs@ut.ac.ir

سمیرا سلیمان‌زاده

استادیار گروه تجارت بین‌الملل، دانشکده تجارت و بازرگانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

علیرضا رضاخانی

کارشناس ارشد حقوق بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

علیرضا دلاور

کارشناس ارشد حقوق نفت و گاز، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مفهومی نوظهور در حقوق تجارت است که بر تعهد شرکت‌ها نسبت به جامعه، محیط زیست، حقوق بشر و اخلاق کسب‌وکار تأکید دارد. این مقاله با هدف بررسی تطبیقی رویکردهای حقوقی ایران، فرانسه، آلمان و هندوستان نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ابتدا مفاهیم و مبانی نظری این پدیده را تبیین می‌نماید و سپس نحوه نهادینه‌سازی و الزامات قانونی آن را در سه کشور مورد تحلیل قرار می‌دهد. این پژوهش به روش تحلیلی و توصیفی نگارش شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فرانسه و آلمان با تصویب قوانینی چون «قانون وظیفه مراقبت» و «قانون زنجیره تأمین» گام‌های مؤثری در تبدیل مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از یک امر داوطلبانه به یک تعهد حقوقی برداشته‌اند. در هند نیز مسئولیت اجتماعی به عنوان یک چارچوب حقوقی الزامی مطرح شده است، در حالی که نظام حقوقی ایران فاقد چارچوب یکپارچه، الزام قانونی و نهاد ناظر در این زمینه است. همچنین در اسناد بین‌المللی نیز جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری به نحو مطلوبی شناسایی و تثبیت شده است. در پایان، با توجه به تحولات بین‌المللی و ضرورت ارتقای اعتبار حقوقی بنگاه‌های اقتصادی ایران، تدوین قانون جامع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ایجاد سازوکارهای اجرایی و نظارتی پیشنهاد می‌گردد.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، قانون وظیفه مراقبت، قانون زنجیره تأمین، تجارت مسئولانه

استناد: سلیمان‌زاده، سمیرا؛ رضاخانی، علیرضا و دلاور، علیرضا. (۱۴۰۴). مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در ایران، فرانسه، آلمان و هندوستان. دیدگاه‌های حقوق قضایی، ۳۰ (۱۱۲)، ۱۱۵-۱۳۰.

<https://doi.org/10.22034/jlvi.2025.2063762.1401>

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری.



مقدمه

در دهه‌های اخیر، مفهوم «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها»^۱ به یکی از مؤلفه‌های کلیدی در حکمرانی شرکتی و توسعه و تجارت پایدار تبدیل شده است (قاسمی حسین‌آبادی، ۱۳۹۵: ۴۳). در دنیای معاصر، شرکت‌ها نه تنها به عنوان واحدهای اقتصادی بلکه به عنوان بازیگران اجتماعی شناخته می‌شوند که باید نسبت به جامعه، محیط زیست و حقوق ذی‌نفعان خود پاسخگو باشند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مجموعه اقدامات و تدابیری است که توصیف می‌کند چگونه یک شرکت از طریق اقدامات زیست‌محیطی و اجتماعی به رفاه یک جامعه و افراد زیادی در سراسر جهان کمک می‌کند. تدابیر و اقداماتی که در راستای مسئولیت اجتماعی یک شرکت اتخاذ می‌شوند، نقش بسزایی در شکل‌گیری یک ذهنیت مثبت از آن شرکت در میان مشتریان و مخاطبان دارند (Reckmann, 2024). از این رو، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دیگر امری داوطلبانه و صرفاً اخلاقی محسوب نمی‌شود، بلکه به تدریج به یکی از الزامات حقوقی و سیاست‌گذاری عمومی تبدیل شده است.^۲

مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در اسناد بین‌المللی نیز به رسمیت شناخته شده است. همچنین نظام‌های حقوق ملی برای به رسمیت شناختن این مفهوم و وارد کردن آن به عنوان یک تعهد حقوقی، مبادرت به تصویب قوانینی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکتهای تجاری نموده‌اند. تاریخچه شناسایی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از یک تعهد اخلاقی به یک تعهد حقوقی،

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

۲. در دنیای عملی تجارت بین‌الملل، شرکت‌های متعددی به مسئله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه کرده‌اند که در ادامه چند نمونه از آن‌ها مورد اشاره قرار می‌گیرد. نتفلیکس (Netflix) و اسپاتیفای (Spotify) از منظر اجتماعی، اقدامات مؤثری برای حمایت از کارکنان و جامعه انجام می‌دهند. نتفلیکس ۵۲ هفته مرخصی والدین با حقوق به والدین ارائه می‌دهد و اسپاتیفای نیز ۲۴ هفته مرخصی با انعطاف‌پذیری زمانی دارد. هر دو شرکت از رسانه‌های اجتماعی برای حمایت از جنبش‌های اجتماعی مانند پایداری محیط زیست، حقوق اقلیت‌ها و برابری جنسیتی بهره می‌برند.

شرکت لگو (LEGO) تا سال ۲۰۲۵ سرمایه‌گذاری در زمینه تدابیر توسعه و تجارت پایدار را به ۱.۴ میلیارد دلار افزایش داده است. هدف اصلی، حذف کامل بسته‌بندی‌های پلاستیکی و استفاده از مواد پایدار در بسته‌بندی تا ۲۰۲۵ و ساخت قطعات لگو از مواد چرخشی تا ۲۰۳۲ است. اکنون ۹۳٪ از بسته‌بندی‌ها پایه‌کاغذی هستند و پروژه جایگزینی کیسه‌های پلاستیکی با نمونه‌های کاغذی نیز در حال اجراست. مدیرعامل لگو بر ضرورت اقدام فوری برای مقابله با چالش‌های زیست‌محیطی و الهام‌پذیری از خواسته‌های کودکان تأکید کرده است. برای مطالعه بیشتر مراجعه شود به:

O'Brien, C. (2025). *16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully*, digitalmarketinginstitute.

روندی تدریجی و پیچیده داشته است. این روند را می‌توان به سه مرحله عمده تقسیم کرد:

الف) مرحله اخلاقی (قبل از دهه ۱۹۶۰) (مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مثابه وظیفه اخلاقی): ریشه طرح نظریه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به اوایل دهه ۱۹۲۰ و تفکرات و اندیشه‌های تئودور کرپس^۱ در کتاب «سنجش عملکرد اجتماعی تجارت» بازمی‌گردد (Wallace, 2014: 114). پس از آن، اندیشمند دیگری با نام هاوارد آر. بون^۲ در سال ۱۹۵۳ کتابی با نام «مسئولیت‌های اجتماعی تاجر» به رشته تحریر در آورد (دلاور و همکاران، ۱۴۰۴: ۴). وی در این کتاب به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اشاره کرد و نقش مدیران و رهبران آن‌ها را در این زمینه مورد توجه قرار داد (Aguinis et al, 2024: 219). به اعتقاد بون مسئولیت اجتماعی تاجر به معنای تعهد تاجران به تعقیب سیاست‌ها یا پیروی از خط مشی‌هایی است که جزو اهداف و ارزش‌های مطلوب جامعه می‌باشد (Ditlev-Simonsen, 2022: 48). در این مرحله، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیشتر یک وظیفه اخلاقی و داوطلبانه تلقی می‌شد. شرکت‌ها به دلیل اعتقادات مذهبی، ارزش‌های فرهنگی یا فشارهای اجتماعی، فعالیت‌هایی مانند کمک‌های خیریه، حمایت از آموزش و سلامت یا رفتار منصفانه با کارگران انجام می‌دادند ولی قانون یا نهاد الزام‌آوری برای این اقدامات وجود نداشت.

ب) مرحله گذار (دهه ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۰) (ظهور مسئولیت اجتماعی به عنوان یک مطالبه عمومی): در این دوران، با افزایش آگاهی‌های اجتماعی و ظهور جنبش‌های حقوق بشری، زیست‌محیطی و مصرف‌کنندگان، فشار افکار عمومی برای پاسخگویی شرکت‌ها بیشتر شد. مفاهیمی مانند «پایداری»^۳، شفافیت و پاسخگویی اجتماعی در ادبیات حقوقی و اقتصادی وارد شدند. برخی اسناد بین‌المللی مانند «اعلامیه سه‌جانبه سازمان بین‌المللی کار»^۴، «اصول راهنمای سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی برای تجارت مسئولانه (۱۹۷۶)»^۵ و «اصول پیمان‌نامه جهانی سازمان ملل»^۶ همگی نقش مهمی در شکل‌گیری مسئولیت اجتماعی ایفا کردند. اگرچه این اسناد الزام‌آور نبودند، اما فشارهایی «شبه‌حقوقی»^۷ برای رعایت مسئولیت اجتماعی ایجاد کردند.

پ) مرحله حقوقی (از دهه ۲۰۰۰ به بعد) (تبدیل مسئولیت اجتماعی به تعهد قانونی در برخی حوزه‌ها): از اوایل قرن ۲۱ به بعد، برخی جنبه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نظام‌های حقوقی

1. Theodore Krepes
2. Howard R. Bowen
3. Sustainability
4. International Labour Organization (Ilo)
5. OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct 1976
6. UN Global Compact (1999)
7. Soft Law

مختلف به الزامات قانونی تبدیل شدند (Carroll, 1999: 273). نمونه‌هایی از این مرحله در سطح بین‌المللی از قرار زیر است: اصول راهنمای سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی و «مقررات اتحادیه اروپا درباره افشای اطلاعات غیرمالی»^۱ برای شرکت‌های بزرگ، دستورالعمل ۹۵/۲۰۱۴ اتحادیه اروپا در خصوص افشای اطلاعات اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها و «دستورالعمل پیشنهادی مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها در زنجیره تأمین»^۲، «اصول راهنمای سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی برای شرکت‌های چندملیتی (۲۰۱۱)»^۳، «استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین‌المللی استانداردسازی (۲۰۱۰)»^۴ در زمینه مسئولیت اجتماعی، اصول پیمان‌نامه جهانی سازمان ملل و «اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد (۲۰۱۵)»^۵.

این اسناد، نقشی مهم در جهت‌دهی به سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ایفا کرده و الگویی برای تدوین قوانین داخلی کشورها شده‌اند. هم‌چنین در نظام‌های حقوقی در کشورهای خاص اقداماتی برای تصویب قانون در این خصوص انجام شده است. در فرانسه، قانون معروف به «قانون واجب‌الاجرا بودن وظیفه مراقبت»^۶ (در ادامه قانون وظیفه مراقبت) شرکت‌های بزرگ را ملزم به بررسی و جلوگیری از نقض حقوق بشر و آسیب‌های زیست‌محیطی در زنجیره تأمین خود می‌کند. در آلمان، قانون زنجیره تأمین^۷ الزاماتی مشابه را مقرر کرده است. در هندوستان، «قانون شرکت‌ها ۲۰۱۳»^۸ یک قانون قابل قبول در زمینه مسئولیت اجتماعی است. در ایران، هنوز چارچوب الزام‌آور مشخصی وجود ندارد، اما برخی قوانین کار، محیط زیست و حمایت از مصرف‌کننده جنبه‌هایی از مسئولیت اجتماعی شرکتی را پوشش می‌دهند (Freeman, 1984: 24).

می‌توان گفت تحول مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از یک تعهد اخلاقی به یک تعهد حقوقی، نشان‌دهنده تغییر نگرش نسبت به نقش اجتماعی شرکت‌ها در جهان مدرن است. این تحول تحت تأثیر عوامل بین‌المللی، فشار افکار عمومی، بحران‌های زیست‌محیطی و چالش‌های حقوق بشر در زنجیره‌های تأمین جهانی شکل گرفته است. امروزه در بسیاری از حوزه‌ها، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نه تنها یک انتخاب اخلاقی بلکه یک الزام قانونی است.

1. Non-Financial Reporting
2. Corporate Sustainability Due Diligence Directive - CSDDD
3. OECD Guidelines for Multinational Enterprises 2011
4. ISO 26000
5. Sustainable Development Goals 2015 (SDGs)
6. Loi sur le devoir de vigilance 2017
7. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz 2021
8. Companies Act 2013

این مقاله با رویکرد تطبیقی، به بررسی جایگاه و چارچوب حقوقی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در چهار نظام حقوقی ایران، فرانسه، آلمان و هندوستان علاوه بر اسناد بین‌المللی می‌پردازد. هدف آن است که از رهگذر تحلیل تطبیقی، به نقاط ضعف و قوت نظام حقوقی ایران در این زمینه پرداخته و پیشنهادهایی برای بهبود قوانین موجود ارائه گردد.

سؤالات اصلی تحقیق عبارتند از: جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقوق ایران چیست و چه چالش‌هایی دارد؟ نظام حقوقی فرانسه، آلمان و هندوستان چگونه به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نگریده‌اند؟ چه آموزه‌هایی می‌توان از تجربه این کشورها برای بهبود وضعیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران گرفت؟ این پژوهش به شیوه توصیفی - تحلیلی انجام شده و بر اساس بررسی متون قانونی، دکترین حقوقی و منابع علمی فارسی، انگلیسی و فرانسوی، به تحلیل تطبیقی موضوع پرداخته است.

۱. مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مفهومی است که به نقش و تعهدات فراتر از سودآوری شرکت‌ها در قبال جامعه و محیط زیست اشاره دارد. این مسئولیت‌ها ممکن است شامل رعایت حقوق کارگران، حفظ محیط زیست، حمایت از حقوق بشر، شفافیت مالی و مشارکت در توسعه پایدار باشند. در تعریف کمسیون اتحادیه اروپا که در سال ۲۰۰۱ منتشر شد، آمده است: «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مفهومی است که بر اساس آن شرکت‌ها دغدغه‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و اخلاقی را در عملیات تجاری خود و در تعامل با ذی‌نفعان در نظر می‌گیرند».

در ابتدا، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عمدتاً به‌عنوان یک تعهد داوطلبانه اخلاقی تلقی می‌شد، اما در دهه‌های اخیر، بسیاری از دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی، رویکرد الزام‌آور و حقوقی نسبت به آن اتخاذ کرده‌اند. برای مدتی طولانی، شرکت‌ها انتقادات زیست‌محیطی و اجتماعی نسبت به فعالیت‌های خود را برنمی‌تافتند با این حال این روند، رفته‌رفته تغییر کرد؛ به عنوان نمونه در دهه ۱۹۷۰ میلادی کشف می‌شود که فلوروکربن‌ها در تخریب لایه اوزون مؤثر هستند و موجب افزایش تشعشعات خورشیدی و گرمای جهانی می‌شوند. شرکت‌های تولیدکننده فلوروکربن با این گزاره مخالف بودند با این حال، در روند تدوین «پروتکل مونترآل»^۱ مشارکت کردند. در نتیجه اجرای پروتکل از سال ۱۹۸۹، تقریباً ۹۸ درصد مواد مخرب لایه اوزون همچون فلوروکربن‌ها حذف شدند و محصولات کم‌خطری جایگزین شدند (Ditlev-Simonsen, 2022: 22).

۱. پروتکل مونترآل (Montreal Protocol on Substances that Deplete the Ozone Layer)

معاهده‌ای پیرامون موادی است که لایه اوزون را تخریب می‌کنند. این معاهده در ۱۹۸۷ مورد توافق واقع شد.

نظریه‌های مختلفی برای تبیین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارائه شده که هر یک به بُعد خاصی از نقش شرکت در جامعه می‌پردازند. «نظریه ذی‌نفعان»^۱ بر لزوم پاسخگویی شرکت به تمامی ذی‌نفعان، نه فقط سهامداران تأکید دارد.^۲ «نظریه شهروندی شرکتی»^۳ شرکت‌ها را به مثابه شهروندان حقوقی با مسئولیت اجتماعی می‌بیند. «نظریه مشروعیت»^۴ بر این باور است که بقای شرکت‌ها وابسته به انطباق آنان با انتظارات جامعه است. «نظریه قرارداد اجتماعی»^۵ شرکت را به‌عنوان نهادی تلقی می‌کند که از جامعه مجوز فعالیت می‌گیرد و در مقابل، باید در راستای منافع جمعی گام بردارد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دو نوع عمده تقسیم می‌شود. نوع نخست، مسئولیت اجتماعی شرکتی داوطلبانه شامل اقدامات اخلاقی، خیریه‌ای یا محیط‌زیستی است که شرکت‌ها بدون الزام قانونی انجام می‌دهند. دوم، مسئولیت اجتماعی شرکتی الزام‌آور ناشی از الزامات قانونی، مقررات دولتی، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها که در ادامه به آن‌ها و جایگاهشان در نظام‌های حقوقی ملی خواهیم پرداخت.

۲. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقوق فرانسه

فرانسه یکی از کشورهای پیشرو در تدوین مقررات الزام‌آور در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. نخستین گام‌های رسمی در این حوزه از دهه ۲۰۰۰ میلادی آغاز شد و طی دو دهه گذشته با تصویب قوانین متعددی، مسئولیت اجتماعی شرکتی از یک مفهوم داوطلبانه به یک تعهد قانونی برای شرکت‌های بزرگ تبدیل شده است.

در سال ۲۰۰۱، قانون معروف به «مقررات جدید اقتصادی»^۶، شرکت‌های بورسی را ملزم کرد تا اطلاعات مربوط به عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی خود را در گزارش‌های سالانه افشا کنند. این قانون آغازگر موجی از مقررات‌گذاری در حوزه مسئولیت اجتماعی در فرانسه بود. همچنین و در ادامه تلاش‌های این کشور، قانون «وظیفه مراقبت»^۷ در ۲۷ مارس سال ۲۰۱۷ تصویب شد. این قانون یکی از نوآورانه‌ترین مقررات فرانسه در زمینه وظیفه مراقبت شرکت‌های مادر و شرکت‌های بزرگ و هلدینگ نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. مطابق این قانون، شرکت‌هایی با بیش از

1. Stakeholder Theory

۲. در ابتدای صنعتی شدن، شرکت‌ها ذی‌نفعان کم‌تری داشتند. سهامداران نقش عمده‌ای داشتند و مدیران، کارکنان و مشتریان از نفوذ اندکی برخوردار بودند؛ با پیشرفت فرآیند صنعتی شدن، بر شمار ذی‌نفعان افزوده شد و دولت‌ها و اتحادیه‌های کارگری بر عملکرد شرکت‌ها تأثیر گذاشتند. برای مطالعه بیشتر ر.ک: (Ditlev-Simonsen, 2022: 52)

3. Corporate Citizenship

4. Legitimacy Theory

5. Social Contract

6. Nouvelles Régulations Économiques 2001 (NRE)

7. Loi sur le devoir de vigilance 2017

۵۰۰۰ کارمند در فرانسه یا ۱۰ هزار کارمند در سطح جهانی موظف‌اند طرحی برای پیشگیری از خطرات احتمالی در زمینه‌های نقض حقوق بشر و آزادی‌های اساسی، آسیب به سلامت و ایمنی کارکنان و تخریب محیط زیست در زنجیره تأمین شرکت‌ها تدوین و اجرا کنند.

این قانون، شرکت‌ها را موظف به انجام «وظیفه مراقبت»^۱ در قبال فعالیت‌های خود و شرکت‌های تابعه و همچنین تأمین‌کنندگان بین‌المللی‌شان می‌سازد. این گام، گسترش مسئولیت شرکت‌ها فراتر از مرزهای ملی را رقم زده است. بر اساس مقررات مربوط به «گزارش‌دهی غیرمالی»^۲ که در چارچوب دستورالعمل اروپایی ۹۵/۲۰۱۴ در فرانسه اعمال شده، شرکت‌های بزرگ در راستای مسئولیت اجتماعی خود ملزم به افشای اطلاعاتی در گزارش‌های سالانه خود هستند. این اطلاعات عبارتند از: مسائل زیست‌محیطی (مصرف انرژی، تولید گازهای گلخانه‌ای)، مسائل اجتماعی (تنوع، برابری جنسیتی، سلامت کارکنان)، اخلاق کسب‌وکار (مبارزه با فساد و پول‌شویی) و احترام به حقوق بشر. به نظر می‌رسد این الزام قانونی، به شفافیت و پاسخگویی اجتماعی شرکت‌ها در فرانسه کمک کرده است. علاوه بر این، شرکت‌های ثبت‌شده در «بازار بورس پاریس»^۳ موظف‌اند شاخص‌های ESG^۴ شامل محیط زیستی، اجتماعی و حاکمیتی را در گزارش‌های خود درج کنند. این شاخص‌ها به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا شرکت‌ها را از نظر عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی ارزیابی نمایند.

در کشور فرانسه، نظارت بر اجرای قوانینی که در راستای مسئولیت اجتماعی شرکتی تصویب شده است، سوی نهاد‌های سه‌گانه و بر اساس تقسیم صلاحیت انجام می‌شود. در دادگاه‌های اداری و مدنی قابلیت اقامه دعوی علیه شرکت‌های متخلف از سوی هر ذی‌نفع وجود دارد. نهاد دیگر، «ناظر بازارهای مالی و اطلاعات افشاشده»^۵ می‌باشد که در قسمت بازارهای مالی و شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، نظارت بر انجام مسئولیت شرکتی اجتماعی را انجام می‌دهد. همچنین نظارت بر انجام مسئولیت اجتماعی شرکتی در بخش محیط زیست و قوانین استخدامی و کار، توسط وزارت کار و محیط زیست انجام می‌شود.

1. Duty of Vigilance

2. Déclaration de Performance Extra-Financière

3. Euronext Paris

۴. یک معیار تحلیلی و استراتژیک است که برای سنجش میزان پایداری شرکت‌ها به سه بُعد کلیدی در توسعه پایدار به کار می‌رود: محیط زیست (Environmental)، مسائل اجتماعی (Social) و حاکمیت شرکتی (Governance)

5. Autorité des marchés financiers (AMF)

به نظر می‌رسد، فرانسه موفق شده است مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را از سطح توصیه و اخلاق، به سطح تعهدات قانونی برساند. با این حال، چالش‌هایی همچون پیچیدگی اجرای طرح‌های مراقبتی، محدودیت دامنه شرکت‌های مشمول، و ناهماهنگی بین نهادهای نظارتی به عنوان مشکلات اجرایی که در عمل باید حل شوند، باقی مانده‌اند.

۳. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقوق آلمان

در نظام حقوقی آلمان، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تا پیش از دهه ۲۰۱۰ بیشتر در قالب داوطلبانه و در چهارچوب استانداردهای بین‌المللی مطرح بود. با این حال، به‌ویژه پس از تصویب «قانون زنجیره تأمین»^۱ در سال ۲۰۲۱، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وارد مرحله‌ای الزام‌آور و ساختاری در این کشور شده است. کشور آلمان این قانون را با هدف الزام شرکت‌ها به رعایت حقوق بشر و استانداردهای زیست‌محیطی در سراسر زنجیره تأمین جهانی خود تصویب کرد.

قانون زنجیره تأمین آلمان مصوب ۲۰۲۱ که از ژانویه ۲۰۲۳ لازم‌الاجرا شده، شرکت‌های بزرگ آلمانی را ملزم به رعایت تدابیر مراقبتی در قبال تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری در سراسر جهان می‌کند. همان‌گونه که از نام این قانون مشخص است، مسئولیت اجتماعی شرکتی در قالب الزام رعایت موازین برای تأمین‌کنندگان در یک زنجیره تولید و تأمین به تصویب رسیده است. محدوده شمول این قانون دو دسته از بنگاه‌های اقتصادی هستند، نخست شرکت‌هایی با بیش از ۳ هزار کارمند و دوم شرکت‌های مستقر در آلمان، صرف‌نظر از محل فعالیت زنجیره تأمین. در خصوص دسته دوم شرکت‌های مشمول لازم به ذکر است که از سال ۲۰۲۴ آستانه تعداد کارمندان به هزار نفر کاهش یافته است و به نظر می‌رسد که این تغییر در راستای افزایش محدوده مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری و به رسمیت شناختن بیشتر آن باشد. در خصوص دسته دوم شرکت‌های تجاری نیز می‌توان این الزام را رویکردی از اعمال قانون محل فعالیت شرکت دانست. به عبارت دیگر، تابعیت شرکت‌های تجاری متعلق به هر کشوری که باشد، برای فعالیت در آلمان، آن‌ها را ملزم به رعایت استانداردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌نماید و شرکت‌های خارجی از این حیث ملزم به رعایت قوانین و مقررات آلمان هستند. بر اساس این قانون، شرکت‌ها موظف‌اند، ارزیابی ریسک‌های حقوق بشری و زیست‌محیطی را انجام دهند، سیاست‌هایی جهت پیشگیری و کاهش این ریسک‌ها اتخاذ کنند، مکانیسم شکایت برای قربانیان تخلفات ایجاد نمایند و گزارش سالانه درباره اجرای اقدامات مراقبتی را منتشر کنند. این قانون بر پایه استانداردهای بین‌المللی مانند «اصول راهنمای سازمان ملل درباره تجارت و حقوق بشر»^۲ و

1. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz 2021

2. UN Guiding Principles on Business and Human Rights 2011 (UNGPs)

رهنمودهای سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی تدوین شده است. این پیوند، اجرای آن را با الزامات بین‌المللی هماهنگ ساخته و مسیر همکاری با نهادهای فراملی را تسهیل کرده است. نظارت بر اجرای قانون بر عهده «اداره فدرال اقتصاد و کنترل صادرات»^۱ گذاشته شده است. این نهاد اختیار دارد گزارش‌های سالانه را ارزیابی کند، شرکت‌های متخلف را تا سقف ۸ میلیون یورو یا ۲ درصد از گردش مالی جهانی جریمه کند و از ثبت نام شرکت در مناقصات عمومی جلوگیری کند.

تحلیلگران حقوق آلمان بر این باورند که اگرچه این قانون گامی بزرگ در راستای پاسخگویی اجتماعی شرکت‌ها است، اما با چالش‌هایی نظیر پیچیدگی اجرایی برای شرکت‌ها، افزایش هزینه‌های نظارتی، نگرانی از فشار بر تأمین‌کنندگان کشورهای در حال توسعه و محدود بودن دامنه آن به شرکت‌های بزرگ مواجه شده است. این قانون با وجود چالش‌های یادشده، تأثیرات منطقه‌ای و بین‌المللی قابل توجهی را داشته است. قانون زنجیره تأمین آلمان به الگویی برای سایر کشورهای اروپایی و نیز اتحادیه اروپا تبدیل شده است. در تاریخ ۲۴ آوریل ۲۰۲۴، اتحادیه اروپا دستورالعمل الزام‌آور مشابهی تحت عنوان «دستورالعمل مراقبت مقتضی»^۲ را به تصویب رساند و متعاقب آن، در ۲۴ مه ۲۰۲۴ به‌طور رسمی توسط ۲۷ کشور عضو اتحادیه اروپا تأیید شد. با لازم‌الاجرا شدن این سند، متن نهایی مورد توافق در چارچوب سیاست‌های کلان اتحادیه اروپا در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رعایت حقوق بشر تثبیت گردید (کاوایار و کمیجانی، ۱۴۰۴: ۲۲۲-۲۲۳).

۴. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقوق هندوستان

پیشینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در هندوستان، متفاوت از دولت‌های غربی می‌باشد؛ شرکت‌ها و کسب‌وکارهای هند به صورت خانوادگی و سلسله‌مراتبی بودند و این کسب‌وکارهای تجاری، با انجام فعالیت‌های خیرخواهانه مذهبی که برای ایشان اعتبار و مشروعیت اجتماعی به دنبال داشت، به نوعی مسئولیت‌های خود در قبال جامعه محلی را اجرا می‌کردند. می‌توان گفت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در هندوستان، تلفیقی از سنت‌های کهن نوع دوستی و الگوهای مدرن مسئولیت اجتماعی است که آن را تاحدی از چارچوب‌های کشورهای غربی متمایز می‌کند. چارچوب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در هندوستان از پیمان جهانی ملل متحد و دستورالعمل‌های سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی تأثیر قابل توجهی گرفته است (Bharti, 2022: 76).

پارلمان هندوستان در اوت سال ۲۰۱۳ قانون شرکت‌ها را به تصویب رساند که گفته می‌شود نسخه اصلاحی قانون سال ۱۹۵۶ این کشور در خصوص شرکت‌های تجاری بوده است. بخش ۱۳۵

1. Federal Office for Economic Affairs and Export Control (BAFA)
2. Corporate Sustainability Due Diligence Directive(2024)

این قانون، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان یک چارچوب قانونی مطرح می‌سازد. براساس این قانون، شرکت‌های با دارایی خالص ۵۰۰ کرور روپیه یا بیشتر، شرکت‌های با گردش مالی ۱۰۰۰ کرور روپیه یا بیشتر و شرکت‌های با سود خالص ۵ کرور روپیه یا بیشتر ملزم هستند کمیته مسئولیت اجتماعی شرکت در هیئت مدیره خود تشکیل بدهند. کمیته مذکور باید میزان هزینه‌های مسئولیت اجتماعی را تعیین و بر اجرای سیاست‌های مرتبط با آن نظارت نماید و توصیه‌هایی دوره‌ای ارائه بدهد. مطابق پیوست ب قانون، شرکت‌ها موظفند حداقل دو درصد از میانگین سود خالص سه سال مالی قبل خود را به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی اختصاص دهند و در صورت عدم تحقق این تعهد، می‌بایست دلایل آن را در گزارش سالانه ارائه نمایند. (Bharti, 2022: 99-100).

کمیته مسئولیت اجتماعی شرکت‌های واجد شرایط، می‌بایست براساس پیوست هفتم قانون ۲۰۱۳ از فعالیت‌های مشخص شده، الهام بگیرند و در راستای مسئولیت اجتماعی قدم بردارند. این پیوست بعدها دستخوش اصلاحات متعدد می‌شود و در نهایت در سال ۲۰۲۱ نسخه نهایی آن منتشر می‌شود. مطابق مقررات اصلاحی، مازاد هزینه‌های ناشی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به عنوان سود تجاری شرکت محسوب نخواهد شد و شرکت‌ها باید مازاد هزینه را به حساب مختص مسئولیت اجتماعی که هنوز خرج نشده، برگردانند یا اینکه در همان پروژه‌ای که برای آن هزینه می‌شد، صرف کنند (Bharti, 2022: 100).

قانون سال ۲۰۱۳ هند را به اولین کشور جهان تبدیل می‌کند که مسئولیت اجتماعی را برای شرکت‌ها اجباری می‌کند. اگرچه این قانون، هزینه‌کرد بابت مسئولیت اجتماعی را برای شرکت‌ها اجباری کرده است اما تصمیم‌گیری جهت نحوه تخصیص بودجه مسئولیت اجتماعی، در اختیار شرکت‌هاست. این قانون در عین حال که اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها را الزامی کرده است، رویکردی انعطاف‌پذیر دارد و آن را به اوصاف حقوق نرم نزدیک می‌کند؛ از یک طرف اگر شرکتی بابت مسئولیت اجتماعی نتواند هزینه‌ای انجام بدهد، صرف توضیح در گزارش سالانه کفایت می‌کند. لزومی ندارد در گزارش سالانه پیرامون ذکر کامل هزینه‌های مسئولیت اجتماعی، نحوه تدوین و اجرای فعالیت‌ها ثبت شود (Bharti, 2022: 101). شرکت‌ها خودشان طرح‌ریزی، اجرا و نظارت بر پروژه‌های مسئولیت اجتماعی را بر عهده دارند و این به شرکت‌ها آزادی عمل می‌دهد تا بر اساس تخصص و اولویت‌های خود عمل کنند.

فعالیت‌های رایج مسئولیت اجتماعی در هندوستان عبارت است از برنامه‌های آگاهی و راهنمایی شغلی، برنامه آموزش زنان و دختران، ارائه امکانات بهداشتی و سازماندهی اردوهای معاینه سلامت، برابری‌های جنسیتی و آموزش جوانان در حوزه حفاظت از محیط زیست. لازم به ذکر است در طول

دوران اپیدمی کووید-۱۹ بسیاری از نهادها و شرکت‌ها با توزیع رایگان کیت‌های تجهیزات حفاظت فردی به مردم کمک کردند (Dadwal et.al, 2024: 17).

۵. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقوق ایران

در نظام حقوقی ایران، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هنوز به صورت مشخص و منسجم در قالب یک قانون جامع یا نظام‌نامه تخصصی تدوین نشده است. با این حال، برخی مقررات پراکنده در قوانین مختلف به جنبه‌هایی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری پرداخته‌اند. این قوانین، هرچند مستقیم به مفهوم یادشده اشاره نمی‌کنند، اما ناظر به حقوق کار، محیط زیست، مسئولیت‌های مالیاتی و نقش شرکت‌ها در توسعه ملی هستند. مهم‌ترین اسناد قانونی مرتبط عبارتند از:

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران: اصل ۴۴ قانون مذکور با تأکید بر اقتصاد مردمی، غیرمتمرکز و عدالت‌محور، می‌توان آن را زیربنایی برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری دانست. در این اصل آمده است: نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است. بخش دولتی شامل کلیه صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری، بیمه، تامین نیرو، سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی، رادیو و تلویزیون، پست و تلگراف و تلفن، هواپیمایی، کشتیرانی، راه و راه‌آهن و مانند اینها است که به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است. بخش تعاونی شامل شرکت‌ها و موسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود. بخش خصوصی شامل آن قسمت از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است. مالکیت در این سه بخش تا جایی که با اصول دیگر این فصل مطابق باشد و از محدوده قوانین اسلام خارج نشود و موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور گردد و مایه زیان جامعه نشود مورد حمایت قانون جمهوری اسلامی است. تفصیل ضوابط و قلمرو و شرایط هر سه بخش را قانون معین می‌کند.

همچنین اصول ۴۵ و ۵۰ به موضوع حفظ محیط زیست و منابع عمومی اشاره می‌کنند. به موجب اصل ۴۵ این قانون، انفال و ثروت‌های عمومی از قبیل زمین‌های موات یا رها شده، معادن، دریاها، دریاچه‌ها، رودخانه‌ها و سایر آب‌های عمومی، کوه‌ها، دره‌ها، جنگل‌ها، نزارها، بیشه‌های طبیعی، مراتعی که حریم نیست، ارث بدون وارث، و اموال مجهول‌المالک و اموال عمومی که از غاصبین مسترد می‌شود، در اختیار حکومت اسلامی است تا بر طبق مصالح عامه نسبت به آن‌ها عمل نماید. تفصیل و ترتیب استفاده از هر یک را قانون معین می‌کند. به موجب اصل ۵۰ قانون اساسی در جمهوری اسلامی، حفاظت محیط زیست که نسل امروز و نسل‌های بعد باید در آن حیات اجتماعی

رو به رشدی داشته باشند، وظیفه عمومی تلقی می‌گردد. از این رو فعالیت‌های اقتصادی و غیر آن که با آلودگی محیط زیست یا تخریب غیر قابل جبران آن ملازمه پیدا کند، ممنوع است.

در قوانین عادی ایران نیز موادی به طور غیر مستقیم به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته است. قانون تجارت ۱۳۱۱ و اصلاحات بعدی بیشتر بر ساختار شرکت‌ها و سهام‌داران تمرکز دارد، اما در حوزه‌های حسابرسی، شفافیت و رعایت حقوق اشخاص ثالث، زمینه‌هایی برای پاسخ‌گویی اجتماعی ایجاد نموده است. به عنوان مثال، طبق ماده ۱۱ قانون یاد شده، مدیران شرکت باید در حدود موضوع شرکت و اساسنامه، با رعایت مصالح شرکت، اقدام کنند. از منظر مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری این ماده را می‌توان تحلیل نمود. این ماده گرچه ناظر بر رعایت مصالح شرکت است، ولی تفسیر موسع از «مصالح شرکت» می‌تواند منجر به در نظر گرفتن منافع ذی‌نفعان دیگر مانند کارگران، مصرف‌کنندگان، جامعه محلی و محیط زیست شود. در رویکردهای نوین، مفهوم منافع شرکت با پایداری بلندمدت گره خورده و این خود مستلزم توجه به مسئولیت اجتماعی است. به عنوان مثال، تصمیمی که به سود سهام‌داران است اما منجر به آلودگی زیست‌محیطی یا تضرع حقوق کارگران شود، در تضاد با «مصالح شرکت» در بلندمدت تلقی می‌گردد.

قانون مالیات‌های مستقیم مصوب سال ۱۳۶۶، قانون دیگری است که قابلیت تحلیل از منظر مسئولیت اجتماعی شرکتی را دارد. به موجب ماده ۱ این قانون شرکت‌ها موظف به پرداخت مالیات هستند که از منظر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نوعی مشارکت در توسعه اجتماعی تلقی می‌شود. ماده ۱ قانون مسئولیت اجتماعی با آخرین اصلاحات مصوب ۱۴۰۱ اشخاص حقیقی و حقوقی نسبت به درآمدهایی که در ایران تحصیل می‌کنند یا از ایران به خارج انتقال می‌دهند، مشمول پرداخت مالیات بر درآمد موضوع این قانون می‌باشند. پرداخت مالیات یکی از نمودهای مهم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در برابر دولت و جامعه است. بر اساس این ماده تمامی شرکت‌های ثبت‌شده در ایران که درآمد کسب می‌کنند، موظف به پرداخت مالیات هستند. عدم پرداخت مالیات، نقض یک وظیفه اجتماعی و قانونی است که موجب اختلال در تحقق عدالت اجتماعی و توسعه پایدار می‌شود. در نتیجه، عمل به ماده ۱ قانون مالیات‌های مستقیم، از مصادیق مهم و الزام‌آور مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نظام حقوقی ایران محسوب می‌شود.

به موجب ماده ۱۰۵ جمع درآمد شرکت‌ها و درآمد ناشی از فعالیت‌های انتفاعی سایر اشخاص حقوقی که از منابع مختلف در ایران یا خارج از ایران تحصیل می‌شود، پس از کسر زیان‌های حاصل از منابع مختلف و کسر معافیت‌های مقرر، مشمول مالیات به نرخ ۲۵ درصد خواهد بود. همانگونه که از متن مشخص است، این ماده، صراحتاً شرکت‌ها را مکلف به پرداخت ۲۵ درصد مالیات بر

درآمد مشمول مالیات می‌کند. ایفای این وظیفه، مشارکت شرکت در تأمین مالی خدمات عمومی مانند آموزش، بهداشت و زیرساخت‌هاست و مصداق بارز مسئولیت اجتماعی مالی است. علاوه بر این، به موجب ماده ۱۱۰ قانون یادشده اشخاص حقوقی مکلف‌اند اظهارنامه و ترازنامه و حساب سود و زیان متکی به دفاتر قانونی، ظرف مدت چهار ماه پس از سال مالی، به اداره امور مالیاتی تسلیم و مالیات متعلق را پرداخت نمایند. شفافیت مالی و ارائه گزارش صحیح به سازمان امور مالیاتی، گامی در راستای شفافیت اقتصادی، جلوگیری از فرار مالیاتی و پاسخگویی اجتماعی است. این ماده، شرکت‌ها را نه تنها مکلف به پرداخت مالیات، بلکه موظف به گزارش‌دهی منظم و مستند به مراجع دولتی می‌داند که بخش مهمی از رفتار مسئولانه در چارچوب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها محسوب می‌شود.

قانون کار مصوب ۱۳۶۹ با حمایت از حقوق کارگران، ایمنی شغلی، بیمه و بازنشستگی، بخشی از مسئولیت اجتماعی در حوزه اجتماعی را پوشش می‌دهد. همچنین قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست مصوب ۱۳۵۳ با الزام شرکت‌ها به رعایت اصول زیست‌محیطی، مسئولیت زیست‌محیطی را به‌طور غیرمستقیم مطرح می‌سازد.

همچنین برخی از سند‌های بالادستی کشور نیز به صورت کلی به مفاهیمی نزدیک به مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند. سیاست‌های کلی نظام، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی اصل ۴۴، سند توسعه پایدار محیط زیست مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، برنامه‌های توسعه پنج‌ساله (به‌ویژه برنامه ششم) از جمله اسنادی هستند که مسئولیت اجتماعی شرکتی را به عنوان یک تعهد اخلاقی وارد نظام قانون‌گذاری کشور نموده‌اند. این اسناد اگرچه همانند قوانین مصوب مجلس، الزام‌آور نیستند، اما دولت را مکلف به ترغیب بخش خصوصی به ایفای نقش اجتماعی خود کرده‌اند. نظام حقوقی ایران در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با چالش‌های متعدد حقوقی و ساختاری روبه‌رو است. این چالش‌ها را می‌توان به شرح زیر طبقه‌بندی نمود:

- فقدان تعریف قانونی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها: هیچ‌یک از قوانین موجود تعریف روشنی از مسئولیت اجتماعی ارائه نکرده‌اند.
- عدم وجود ضمانت اجرای مؤثر: حتی در حوزه‌هایی که مقرراتی وجود دارد، ضمانت‌های اجرایی قوی برای اجبار شرکت‌ها به پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی وجود ندارد.
- ضعف نهادهای نظارتی: نهادهای نظارتی از جمله سازمان محیط زیست، بیمه و مالیات، در اعمال نظارت بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دلیل نبود چارچوب مشخص با دشواری مواجه‌اند.
- نبود مشوق‌های حقوقی و اقتصادی برای شرکت‌ها: در بسیاری از کشورها شرکت‌هایی که به

مسئولیت اجتماعی پایبند باشند از معافیت‌های مالیاتی یا تسهیلات دولتی برخوردار می‌شوند. این سیاست‌ها در ایران یا اجرا نمی‌شوند یا به صورت پراکنده و غیراستاندارد اعمال می‌گردند. در کشور ایران نمونه‌هایی از فعالیت داوطلبانه مسئولیت اجتماعی توسط برخی از شرکت‌های تجاری انجام شده است. برخی از شرکت‌های بزرگ ایرانی مانند گل‌گهر، فولاد مبارکه، ایرانسِل و همراه اول به صورت داوطلبانه در پروژه‌هایی مانند توسعه مدارس، احداث مراکز درمانی یا فعالیت‌های زیست‌محیطی مشارکت دارند. با این حال، این اقدامات با وجود نکات مثبت، عمدتاً تبلیغاتی، غیرالزامی و فاقد ارزیابی عملکرد هستند. از این رو تصویب یک سند بالادستی جامع برای تصویب قوانین و ابلاغ به بخش‌های مختلف برای به کارگیری آن و پیشنهادات تصویب قوانین جزئی تر توسط مجلس کاملاً ضروری است. انتظار می‌رفت که در لایحه تجارت مصوب ۱۴۰۳ به طور اختصاصی به مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری پرداخته شود. اما این مفهوم به صورت صریح و با این عنوان مشخص ذکر نشده است. با این حال، برخی از مواد این لایحه به طور غیرمستقیم به جنبه‌هایی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اشاره دارند. ماده ۵۵۶ به لزوم ارائه پیشنهاد، گزارش یا تأییدیه مدیر یا هیأت مدیره و یا بازرس یا بازرسان شرکت برای تصمیم‌گیری در مجمع عمومی اشاره دارد. این الزام می‌تواند به شفافیت و پاسخگویی بیشتر شرکت‌ها در قبال ذی‌نفعان تعبیر شود. بر اساس ماده ۵۳۹ اشخاصی که حداقل ده درصد سرمایه شرکت را دارند، می‌توانند درخواست تشکیل مجمع عمومی را ارائه دهند. این حق برای سهامداران خرد می‌تواند به تقویت نظارت و پاسخگویی شرکت‌ها کمک کند. طبق ماده ۵۴۶ امکان برگزاری مجامع عمومی به صورت مجازی را فراهم می‌کند. این اقدام می‌تواند به افزایش مشارکت سهامداران و ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌های شرکت کمک کند. اگرچه این مواد به طور مستقیم به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نمی‌پردازند، اما می‌توانند زمینه‌ساز تقویت جنبه‌هایی از این مسئولیت، مانند شفافیت، پاسخگویی و مشارکت ذی‌نفعان باشند.

نتیجه

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، صرفاً یک مفهوم اخلاقی یا تبلیغاتی نیست، بلکه به تدریج به یک اصل حقوقی الزام‌آور در نظام‌های حقوقی پیشرفته تبدیل شده است. برای هم‌راستایی با تحولات جهانی و تقویت سرمایه اجتماعی در ایران، تدوین و اجرای مقررات جامع CSR ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. تجربه فرانسه و آلمان می‌تواند الگوی مناسبی برای ایران در مسیر نهادینه‌سازی این مسئولیت باشد. فرانسه و آلمان مسیر حرکت از مسئولیت اجتماعی داوطلبانه به مسئولیت اجتماعی الزام‌آور را آغاز کرده‌اند. فرانسه از طریق قانون وظیفه مراقبت و آلمان با قانون زنجیره تأمین، شرکت‌ها را نسبت به پیامدهای اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌های خود پاسخگو می‌کنند.

رویکرد اروپا، فراسرزمینی و مبتنی بر زنجیره تأمین است. شرکت‌های اروپایی موظف‌اند نه تنها در خاک خود، بلکه در سراسر زنجیره تأمین و تأمین‌کنندگان خارجی نیز مسئولانه عمل کنند. این امر شرکت‌های فعال در ایران را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. در هندوستان، قانون سال ۲۰۱۳ شرکت‌ها و اصلاحات بعدی آن برخی شرکت‌ها را به اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ملزم کرده است و شرکت‌های واجد شرایط می‌بایست هزینه‌هایی را در این خصوص اختصاص بدهند؛ هرچند در نظام حقوقی هندوستان، انعطاف‌پذیری نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد.

ایران هنوز در مرحله ابتدایی تدوین سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها قرار دارد. قوانین فعلی به طور پراکنده و ناهماهنگ به مفاهیمی نزدیک به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداخته‌اند. تعهدات اجتماعی شرکت‌ها در قوانین مالیاتی، کار و محیط زیست دیده می‌شود، اما فاقد چارچوب واحد، نظام گزارش‌دهی و ضمانت اجرای مؤثر است. در مجموع، لایحه تجارت ۱۴۰۳ گامی در جهت به‌روزرسانی و اصلاح ساختار حقوقی شرکت‌ها در ایران است. هرچند مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به طور مستقیم در این لایحه مطرح نشده، اما برخی از مواد آن می‌توانند به‌عنوان زمینه‌ساز تقویت این مسئولیت در نظر گرفته شوند. برای ارتقای بیشتر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تدوین مقررات خاص و صریح در این زمینه می‌تواند مفید باشد. در این زمینه می‌توان پیشنهادهایی برای نظام حقوقی ایران ارائه داد:

۱. تدوین قانون جامع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با محوریت حقوق بشر، محیط زیست و شفافیت.
۲. تشویق به گزارش‌دهی غیرمالی سالانه توسط شرکت‌های بزرگ، با حمایت اتاق بازرگانی و بورس.
۳. ایجاد نهاد مستقل ناظر بر اجرای مسئولیت اجتماعی مشابه ناظر بازارهای مالی و اطلاعات افشاشده در فرانسه یا اداره فدرال اقتصاد و کنترل صادرات در آلمان.
۴. تضمین‌های حقوقی و اقتصادی برای شرکت‌های متعهد به مسئولیت اجتماعی، مانند مشوق‌های مالیاتی.
۵. همسویی با استانداردهای بین‌المللی مانند استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین‌المللی استانداردسازی و اصول راهنمای سازمان ملل درباره تجارت و حقوق بشر برای ارتقای اعتبار بین‌المللی.
۶. آموزش مدیران و فعالان اقتصادی درباره مسئولیت اجتماعی با همکاری دانشگاه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد.
۷. الزام به تخصیص بخشی از درآمد شرکت‌ها پیرامون مسئله مسئولیت اجتماعی، همانطور که این تدبیر در هندوستان دیده شد.

منابع

فارسی

- دلاور، علیرضا؛ رضاخانی، علیرضا و ناطقی، زهرا. (۱۴۰۴). بررسی نظریات و مبانی الزام شرکت‌های خصوصی به رعایت موازین بین‌المللی حقوق بشر، چهارمین کنفرانس بین‌المللی دانش و فناوری حقوق و علوم انسانی ایران، تهران، ایران.
- سازمان محیط زیست ایران. (۱۳۹۹). گزارش وضعیت پایداری زیست‌محیطی.
- قاسمی حسین‌آبادی، فائزه. (۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نحوه سنجش آن. مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۴۳-۵۴.
- کاویار، حسین و کمیجانی، فرید. (۱۴۰۴). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در حقوق ایران و اتحادیه اروپا پس از تصویب دستورالعمل ارزیابی دقیق پایداری شرکتی مصوب ۲۰۲۴، دانشنامه حقوق اقتصادی، دوره ۳۲، شماره ۲۷، ۲۱۷-۲۴۱.

انگلیسی

- Aguinis, H., Rupp, D. E., & Glavas, A. (2024). Corporate social responsibility and individual behaviour. *Nature human behaviour*, 8(2), 219–227.
- Bharti, Sh. (2022), *Corporate Social Responsibility in India: Law, Regulation and Politics*, 1th end, Singapore: Palgrave Macmillan.
- Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
- Dadwal, S & Arya P. (2024). A Critical Analysis of Corporate Social Responsibility Practices in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 26(4), 10-18.
- Ditlev-Simonsen, C. D. (2022), *A Guide to Sustainable Corporate Responsibility*, 1th end, Cham: Palgrave Macmillan.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.
- ISO (2010). *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*.
- O'Brien, C. (2025). *16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully*, digitalmarketinginstitute, available at: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>, last visited on 4 July 2025.
- Reckmann, N. (2024). *What is Corporate Social Responsibility?*, businessnewsdaily, Available at: <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>, last visited on 4 July 2025.
- UN (2011). *Guiding Principles on Business and Human Rights*.
- Wallace, D (2014). *Human Rights and Business*, 1th end, Leiden: Brill /Nijhoff.

فرانسوی

- Autorité des marchés financiers (2020). *Guide de la déclaration de performance extra-financière*.
- Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères.
- Loi sur le devoir de vigilance 2017
- Nouvelles Régulations Économiques 2001 (NRE)

آلمانی

- Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz 2021.