

مطالعه تطبیقی قوانین و مقررات مسؤلیت اجتماعی در دنیا؛ مطالعه موردی هند





مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل:

۲۱۴۲۵

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: مطالعه تطبیقی قوانین و مقررات مسئولیت اجتماعی در دنیا؛ مطالعه موردی هند

نوع گزارش: طرح/الایحه ، نظارتی ، راهبردی ، پیش‌نویس قانونی

نام دفتر: مطالعات اجتماعی (گروه تعاون، مشارکت و سرمایه اجتماعی)

تهیه و تدوین: سینا شیخی

مدیر مطالعه: محمدتقی ضرغام افشار

ناظر علمی: ریحانه رحمانی پور

اظهار نظر کننده: محمدصادق محمدیان دستنائی

صفحه آرا: سمیرا صادقی عسکری

ویراستار ادبی: زهرا کریمی

واژه‌های کلیدی:

۱. مسئولیت اجتماعی

۲. شرکت

۳. هند



تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۴/۷/۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۲/۱

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	خلاصه مدیریتی
۴.....	۱. مقدمه
۵.....	۲. پیشینه
۵.....	۲-۱. سوابق مطالعاتی
۷.....	۲-۲. سوابق تقنینی به همراه آسیب‌شناسی
۷.....	۳. چگونگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند
۸.....	۳-۱. سازوکارهای نظارت بر فرایند مسئولیت اجتماعی شرکتی
۸.....	۳-۲. نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی در استراتژی کسب‌وکار
۹.....	۳-۳. روش‌شناسی و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی
۹.....	۳-۴. فعالیت‌های مجاز مسئولیت اجتماعی شرکتی
۱۰.....	۳-۵. ضمانت اجرایی قوانین مسئولیت اجتماعی در هند
۱۱.....	۳-۶. عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند در سال مالی ۲۰۲۳
۱۱.....	۳-۷. شرکت‌های موفق هند در مسئولیت اجتماعی در سال ۲۰۲۳
۱۳.....	۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۵.....	منابع و مآخذ

فهرست جداول

۶.....	جدول ۱. تحلیل پیشینه پژوهشی
۷.....	جدول ۲. تحلیل پیشینه تقنینی



مطالعه تطبیقی قوانین و مقررات مسئولیت اجتماعی در دنیا؛ مطالعه موردی هند

Doi:[10.22034/mrc.report.21425](https://doi.org/10.22034/mrc.report.21425)

چکیده

در ایران چالش‌های مختلفی در حوزه مسئولیت اجتماعی مانند شفافیت پایین، مشخص نبودن آثار طرح‌های مسئولیت اجتماعی، فشارهای سیاسی بر منابع و مصارف، کم‌توجهی در مشارکت‌گیری از بخش سوم و جوامع محلی وجود دارد. همچنین زیست‌بوم دولتی و شبه‌دولتی بسیاری از شرکت‌ها باعث شده تا دولت متصدی و نه تنظیم‌گر عرصه مسئولیت اجتماعی باشد. گزارش حاضر افقی را برای سیاستگذاران کشور و فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی باز می‌کند تا بتوانند با مقررات بهینه و همساز با زیست‌بوم اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران را ارتقا دهند.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در هند، در قانون شرکت‌ها مصوب سال ۲۰۱۳ الزامی شده است. براساس این قانون گزارش مؤثر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی از طریق فرم‌های برخط، پاسخگویی و انطباق را تضمین می‌کند. مشارکت دادن بخش سوم در انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی پس از احراز فعالیت‌های مثبت آنها در گذشته، به انجام هرچه بهتر طرح‌های مسئولیت اجتماعی در هند کمک کرده است. همچنین مشخص کردن اولویت‌ها در سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی، به رشد و پیشرفت جامعه با هم‌افزایی دولت کمک کرده است. علاوه بر این ساختار شرکت و هیئت مدیره، کنشگر اصلی در عرصه مسئولیت اجتماعی هستند تا هم سود شرکت را در نظر گرفته و هم مسئولیت اجرای قوانین را برعهده گیرند تا در صورت عدول با عواقب قانونی مشخص روبه‌رو شوند. بنابراین دولت هند در عرصه مسئولیت اجتماعی تصدی‌گری نکرده، بلکه صرفاً نظارت و ریل‌گذاری می‌کند. در نهایت مشارکت گسترده مردم محلی و بخش سوم در کنار اجبار به گزارش‌دهی و شفافیت، زیست‌بومی سالم و کارآمد در مسئولیت اجتماعی ایجاد کرده است.

خلاصه مدیریتی

بیان/شرح مسئله

در کشور ایران چالش‌های مختلفی در حوزه مسئولیت اجتماعی مانند شفافیت پایین، مشخص نبودن آثار طرح‌های مسئولیت اجتماعی، فشارهای سیاسی بر منابع و مصارف مسئولیت اجتماعی، کم‌توجهی در مشارکت‌گیری از بخش سوم و جوامع محلی وجود دارد. همچنین زیست‌بوم دولتی و شبه‌دولتی بسیاری از شرکت‌ها باعث شده تا دولت خود را متصدی و نه تنظیم‌گر عرصه مسئولیت اجتماعی بداند و برای منابع مسئولیت اجتماعی تصمیم‌گیری کند. گزارش حاضر افقی را برای سیاستگذاران کشور و فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی ایجاد می‌کند تا بتوانند با مقررات بهینه و همساز با زیست‌بوم اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران را ارتقا دهند.

طرح مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند، که توسط قانون شرکت‌ها در سال ۲۰۱۳ وضع شده، شرکت‌هایی با اندازه مشخص را ملزم می‌کند که حداقل ۲ درصد از میانگین سود خالص خود را در سه سال گذشته صرف فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی کنند. این قانون با هدف استفاده از منابع و مهارت‌های شرکتی برای پرداختن به چالش‌های توسعه هند تدوین شده است. شرکت‌ها می‌توانند فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را مستقیماً یا از طریق بخش سوم، با تمرکز بر ۱۳ دسته مصوب مانند آموزش، بهداشت و توسعه روستایی، اجرا کنند [۱].

به گزارش یونسکو، این برنامه نتایج امیدوارکننده‌ای را مانند افزایش انطباق شرکت‌ها (پایبندی به قوانین و مقررات)، بهبود شفافیت و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی-فرهنگی نشان داده است. با این حال، چالش‌ها در این حوزه همچنان پابرجا هستند؛ مانند ظرفیت شرکت‌ها برای اجرای مؤثر مسئولیت اجتماعی، ضعف در تنظیم‌گری دولتی، تمرکز بر اهداف هزینه‌ای به جای تأثیر اجتماعی و توزیع نابرابر بودجه در مناطق مختلف.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱ یکی از اجزای مهم عملیات تجاری در هند است. از سال ۲۰۱۳ الزام اجباری برای برخی شرکت‌ها (با توجه به معیارهای مالی) براساس بخش ۱۳۵ قانون شرکت‌ها مصوب شده که آنها را مکلف به انجام فعالیت‌هایی برای توسعه اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی کشور می‌کند.

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در هند، همان‌طور که اشاره شد در قانون شرکت‌ها مصوب ۲۰۱۳ الزامی شده است و گواهی بر نقش در حال تکامل کسب‌وکارها در توسعه و پیشرفت جامعه است. سیاستگذار در هند تلاش کرده با همسو کردن اهداف کسب‌وکار با نیازهای اجتماعی، ضمن ایجاد شیوه‌های کسب‌وکار پایدار و مسئولانه، به‌طور معناداری آنها را در توسعه کشور مشارکت دهد. رعایت مقررات و گزارش مؤثر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی از طریق فرم‌های برخط شفافیت، پاسخگویی و انطباق را تضمین می‌کند و راه را برای آینده‌ای بهتر و فراگیرتر هموار می‌کند. مشارکت دادن بخش سوم (به‌ویژه تعاونی‌ها) در انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی پس از احراز فعالیت‌های مثبت



در گذشته، به انجام هرچه بهتر طرح‌های مسئولیت اجتماعی در هند کمک کرده است. همچنین مشخص کردن اولویت‌ها در سیاست‌گذاری مسئولیت اجتماعی، به رشد و پیشرفت جامعه با هم‌افزایی دولت کمک کرده است. علاوه بر این ساختار، شرکت و هیئت‌مدیره کنشگر اصلی در عرصه مسئولیت اجتماعی هستند تا هم سود شرکت را در نظر گرفته و هم مسئولیت اجرای قوانین را برعهده گیرند تا در صورت عدول با عواقب قانونی مشخص روبه‌رو شوند. بنابراین دولت هند در عرصه مسئولیت اجتماعی تصدی‌گری نمی‌کند، بلکه نظارت و ریل‌گذاری می‌کند. در نهایت مشارکت گسترده مردم محلی و بخش سوم در کنار اجبار به گزارش‌دهی و شفافیت، زیست‌بومی سالم و کارآمد در مسئولیت اجتماعی در هند ایجاد کرده است که نمونه مناسبی برای کشورهای مختلف جهان است.

پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران به واسطه عدم شفافیت، فشارهای سیاسی بر جهت‌دهی منابع، نبود سازوکارهای ارزیابی اثر و ...، با ناکارآمدی مواجه است. براساس مطالعه هند، انتقال نقش دولت از «تصدی‌گری» به «تنظیم‌گری»، شرط بنیادین شکل‌گیری زیست‌بوم سالم مسئولیت اجتماعی است. هند با وضع مقررات الزام‌آور، تعریف چارچوب موضوعی و الزام به گزارش‌دهی و افشای فساد، هم شفافیت را افزایش داده و هم از انحراف منابع جلوگیری کرده است. بر پایه همین تجربه، مهم‌ترین توصیه‌های سیاستی برای جامعه ایران به این شرح است.

۱. گذار از مداخله مستقیم دولت به تنظیم‌گری و نظارت مؤثر

دولت باید نقش خود را از هزینه‌کرد مستقیم منابع مسئولیت اجتماعی به نظارت، تعیین قواعد و ارزیابی نتایج تغییر دهد. تجربه هند نشان می‌دهد که نقش هیئت‌مدیره شرکت‌ها و کمیته‌های اختصاصی CSR در تصمیم‌گیری و پاسخگویی حیاتی است و دولت تنها ریل‌گذار باقی می‌ماند.

۲. الزام به گزارش‌دهی و افشا به صورت برخط

یکی از چالش‌های اصلی ایران، فقدان داده و عدم سنجش اثر اجتماعی است. در هند هم شرکت‌ها و هم نهادهای اجرایی ملزم به ثبت دیجیتال اطلاعات، پروژه‌ها، بودجه و نتایج می‌شوند. چنین مدلی در ایران از انحراف منابع، پولشویی و تخصیص‌های سیاسی جلوگیری می‌کند.

۳. اولویت‌بندی حوزه‌های مجاز فعالیت برای جلوگیری از تحمیل هزینه‌های غیرمرتبط

در ایران بارها هزینه‌های غیرمرتبط به شرکت‌ها تحت عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تحمیل شده است. هند با تعریف ۱۳ دسته موضوعی از آموزش تا مدیریت بحران، مانع انحراف و جناحی‌سازی منابع شده است.

۴. مشارکت‌دهی بخش سوم و جوامع محلی

هند فعالیت بخش سوم را تنها پس از احراز سابقه موفق می‌پذیرد و این امر کیفیت و پاسخگویی پروژه‌ها را افزایش داده است. برای ایران مشارکت بخش سوم، به‌ویژه در مناطق پیرامونی صنایع، می‌تواند اثر اجتماعی را محسوس کند.

۵. ایجاد ضمانت اجرایی مؤثر

آیین‌نامه‌های فعلی ایران ضمانت اجرایی ضعیفی دارند. جریمه‌های مشخص شرکت‌ها و مدیران در هند مانع از ترمرد می‌شود و نظم نهادی ایجاد می‌کند. بر این اساس بازنویسی و بازطراحی آیین‌نامه‌ها ضرورت دارد.

۶. الزام به ارزیابی اثر اجتماعی و نه صرفاً افشای هزینه

مسئولیت اجتماعی موفق بر «اثر» استوار است نه «هزینه». هند با ارزیابی تأثیر و ادغام مسئولیت اجتماعی در استراتژی کسب‌وکار، CSR را از یک هزینه تبلیغاتی به یک ابزار توسعه‌ای تبدیل کرده است.

۱. مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکتی از مفاهیم نوپای اجتماعی در ایران است که البته در جهان نیز قدمت طولانی ندارد. در واقع در این حوزه شرکت تلاش می‌کند با تعهد به جامعه و ضمن ایفای نقش اجتماعی خود، نوعی تبلیغ ضمنی جدید برای توسعه نشان تجاری خود انجام دهد. بدین صورت شرکت به جامعه و خود خدمت می‌کند. البته این حوزه چالش‌های مختص به خود را نیز دارد؛ چالش‌هایی مانند زدوبندهای سیاسی، حرکات نمایشی و سبزشویی، پولشویی و کشورهای مختلف جهان متناسب با شرایط خود قوانین و مقررات این حوزه را تنظیم کرده‌اند، اما در ایران چند تجربه ناموفق آیین‌نامه‌های دولتی نتوانسته آنچنان که شایسته است این حوزه را تنظیم‌گری کند. در این موارد رجوع به تجربیات موفق بین‌المللی می‌تواند افق‌های جدیدی را برای سیاستگذار بگشاید. در این گزارش تجربه کشور هند بررسی شده است. دلیل این انتخاب رویکردهای موفق اجتماعی هند در سیاستگذاری بوده است. علاوه بر این، اتصال زیست‌بوم مسئولیت اجتماعی به بخش تعاون برای توان‌افزایی جامعه محلی در هند و خروج ده‌ها میلیون نفر از زیر خط فقر، برای کشور ایران مفید است. دلیل این فایده‌نیاز ایران به خودکفایی جوامع محلی است به‌ویژه تعاون که در ایران مانند هند از ستون‌های اصلی اقتصاد تلقی می‌شود.

طرح مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند، که توسط قانون شرکت‌ها در سال ۲۰۱۳ وضع شده است، شرکت‌هایی با اندازه مشخص را ملزم می‌کند که حداقل ۲ درصد از میانگین سود خالص خود را در سه سال گذشته صرف فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی کنند. این قانون با هدف استفاده از منابع و مهارت‌های شرکتی برای پرداختن به چالش‌های توسعه هند تدوین شده است. شرکت‌ها می‌توانند فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را مستقیماً یا از طریق بخش سوم^۱ (به‌ویژه تعاونی‌های توانمندساز و تولیدی)، با تمرکز بر ۱۳ دسته مصوب مانند آموزش، بهداشت و توسعه روستایی، اجرا کنند.

لازم به ذکر است بر اساس تبصره ماده (۳) آئین‌نامه تصویب شده در تاریخ ۱۴۰۴/۵/۱۱ در هیأت دولت، «هر شرکت پس از انجام تکالیف قانونی، می‌تواند با تصویب در مجمع عمومی، تا سقف ۳ درصد از درآمد خود را صرف مسئولیت

۱. بخش سوم که ترجمه Third Part است معمولاً به فرد یا نهاد بیرون از منازعه یا همکاری اطلاق می‌شود. به‌عنوان مثال در اینجا که شرکت و دولت در مقابل هم قرار دارند، بخش سوم بخش غیردولتی بیرون از بخش خصوصی منظور است. در معنایی کلان‌تر به بخش اجتماعی جامعه نیز اطلاق می‌شود.



اجتماعی شرکتی نماید.» در واقع در این آئین‌نامه با ذکر واژه «می‌تواند» به شرکت‌ها برای هزینه‌کرد در راستای مسئولیت اجتماعی اختیار داده شده و اجباری در این راستا وجود ندارد. این یکی از مهم‌ترین اختلاف‌های قانون‌هند و آئین‌نامه مصوب در ایران است که تحقق این مهم را با چالش روبرو می‌کند. در نتیجه طبق آیین‌نامه موجود، رفع اثرات منفی نیز الزامی پیدا نمی‌کند.

به گزارش یونسکو این برنامه نتایج امیدوارکننده‌ای را مانند افزایش انطباق شرکت‌ها (پایبندی به قوانین و مقررات)، بهبود شفافیت و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی-فرهنگی نشان داده است. با این حال، چالش‌ها در این حوزه همچنان پابرجا هستند؛ مانند ظرفیت شرکت‌ها برای اجرای مؤثر مسئولیت اجتماعی، ضعف در تنظیم‌گری دولتی، تمرکز بر اهداف هزینه‌ای به جای تأثیر اجتماعی و توزیع نابرابر بودجه در مناطق مختلف.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱ یکی از اجزای مهم عملیات تجاری در هند است. از سال ۲۰۱۳ الزام اجباری برای برخی شرکت‌ها (با توجه به معیارهای مالی) براساس بخش ۱۳۵ قانون شرکت‌ها مصوب شده که آنها را مکلف به انجام فعالیت‌هایی برای توسعه اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی کشور می‌کند.

در کشور ایران چالش‌های مختلفی در حوزه مسئولیت اجتماعی مانند شفافیت پایین، مشخص نبودن آثار طرح‌های مسئولیت اجتماعی، فشارهای سیاسی بر منابع و مصارف مسئولیت اجتماعی و کم‌توجهی در مشارکت‌گیری از بخش سوم و جوامع محلی وجود دارد. همچنین زیست‌بوم دولتی و شبه‌دولتی بسیاری از شرکت‌ها باعث شده تا دولت خود را متصدی و نه تنظیم‌گر عرصه مسئولیت اجتماعی بداند و برای منابع مسئولیت اجتماعی تصمیم‌گیری کند. گزارش حاضر افقی را برای سیاستگذاران کشور و فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی ایجاد می‌کند تا بتوانند با مقررات بهینه و همساز با زیست‌بوم اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران را ارتقا دهند.

۲. پیشینه

۲-۱. سوابق مطالعاتی

حوزه مسئولیت اجتماعی، یک عرصه جدید در مطالعات اجتماعی و بین‌رشته‌ای است؛ لذا مطالعات سیاستگذارانه این عرصه در مقالات پژوهشی و کتب در ایران آنچنان فربه نیست. مقاله «تبیین و اولویت‌بندی نقش‌های دولت در ترویج مسئولیت اجتماعی سازمانی از طریق خط‌مشی‌های عمومی» به کلیات تنظیم‌گری دولت در عرصه مسئولیت اجتماعی می‌پردازد و خط‌مشی‌های تنظیمی، تسهیل‌گرانه، شراکتی و تأییدی را معرفی و تبیین می‌کند [۵].

مقاله با عنوان «مفهوم‌شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در حقوق آلمان، فرانسه، انگلستان و ایران با رویکرد تطبیقی» [۶] نیز به مطالعه تطبیقی حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌پردازد. در این مقاله مفهوم و تاریخچه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای آلمان، فرانسه، انگلستان و ایران بررسی شده است. هر دو منبع مذکور نگاهی نظری به این حوزه دارند و کمتر نگاهی انضمامی و سیاست‌پژوهانه نسبت به وضعیت ایران ارائه نمی‌کنند.

به همین منظور مطالعات بین‌المللی فراوانی در این عرصه وجود دارد که بخش‌هایی از آن در این مطالعه در بخش چارچوب نظری بررسی شده است که عمده آنها به نقش قانونگذاری و نظارتی دولت توجه دارند. هرچند که شرایط ایران نیازمند بومی‌سازی نگاه‌های سیاستی بوده که این مطالعه بر این موضوع متمرکز است. گزارش «بررسی سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی در ایران و جهان» نوشته شیخی و همکاران در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی از محدود گزارش‌های این حوزه است که نگاهی آسیب‌شناسانه به سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی دارد. مطالعه حاضر با بهره‌گیری از این پژوهش به دنبال ارائه مدلی جامع برای جنبه اثباتی و ایجابی در حوزه سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران است. در این نوشتار تلاش می‌شود ضمن ارائه مدلی از تنظیم‌گری دولت برای بیشینه‌کردن فواید اجتماعی شرکت‌ها با استفاده از آخرین نتایج پژوهشی و سیاستی در جهان به‌ویژه نسبت به جوامع میزبان صنایع و شرکت‌ها، قوانین و مقررات این حوزه و رویکرد دولت‌های مختلف در ایران نقد و بررسی شود.

جدول ۱. تحلیل پیشینه پژوهشی

ردیف	عنوان گزارش	سال انتشار	شماره مسلسل	نام دفتر/سازمان/انهاد	توضیحات
۱	تبیین و اولویت‌بندی نقش‌های دولت در ترویج مسئولیت اجتماعی سازمانی از طریق خط‌مشی‌های عمومی	۱۴۰۲	سال چهاردهم شماره ۱ (پیاپی ۴۹، بهار ۱۴۰۲)	نشریه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت	این مطالعه به کلیات تنظیم‌گری دولت در عرصه مسئولیت اجتماعی می‌پردازد و خط‌مشی‌های تنظیمی، تسهیل‌گرانه، شراکتی و تأییدی را معرفی و تبیین می‌کند.
۲	مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ضرورت‌های سیاستگذاری حکومت در ترویج و توسعه ظرفیت‌های آن	۱۳۹۱	۱۲۸۵۳	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	این مطالعه به مدل‌های ممکن تنظیم‌گری نقش دولت در ایران می‌پردازد و چهار نقش هدایت‌کننده، رهبری به وسیله الگو شدن، تسهیل‌کننده و کاتالیزور را معرفی می‌کند.
۳	بررسی سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی در ایران و جهان	۱۴۰۱	۱۸۷۹۲	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	این مطالعه نگاهی آسیب‌شناسانه به سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی در ایران و جهان دارد.

مأخذ: یافته‌های پژوهش



۲-۲. سوابق تقنینی به همراه آسیب‌شناسی

در حوزه مسئولیت اجتماعی قانون مستقلی وجود ندارد. مقررات پراکنده این حوزه نیز نتوانسته نظم‌بخشی مؤثری داشته باشد. آخرین و جدی‌ترین مقررات، آیین‌نامه دولت چهاردهم با عنوان آیین‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تحت مدیریت دولت مصوب شهریورماه ۱۴۰۴ است. این آیین‌نامه اگرچه به ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی پرداخته اما به علت ضمانت اجرایی ضعیف در ماهیت آیین‌نامه‌ها و تعارض منافع بالای این عرصه و تنظیم‌گری صرف دولت و بهره‌وری کم از ظرفیت‌های اجتماعی، تاکنون نتوانسته بازخورد مؤثری به فعالان این حوزه بدهد؛ هرچند برای ارزیابی دقیق‌تر این مقررہ باید زمان بیشتری به اجرای آن داد.

جدول ۲. تحلیل پیشینه تقنینی

ردیف	نام سند (قانون.../تصویب‌نامه.../...)	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	نکات برجسته / نقاط ضعف و قوت / پیامدهای اجرا
۱	آیین‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تحت مدیریت دولت	هیئت‌وزیران	۱۴۰۴/۰۶/۲۰	جامعیت آیین‌نامه نقطه مثبت و ضمانت اجرایی پایین و دولتی بودن نقطه ضعف آن است.

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۳. چگونگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۱ یکی از اجزای مهم عملیات تجاری در هند است. از سال ۲۰۱۳ الزام اجباری برای برخی شرکت‌ها (با توجه به معیارهای مالی) براساس بخش ۱۳۵ قانون شرکت‌ها مصوب شده که آنها را مکلف به انجام فعالیت‌هایی برای توسعه اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی کشور می‌کند. مقررات مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند برای شرکت‌هایی اعمال می‌شود که حداقل یکی از معیارهای زیر را در سال مالی قبل خود داشته باشند.

- **دارایی خالص:** بیش از ۵ میلیارد روپیه هند؛
- **گردش مالی:** بیش از ۱۰ میلیارد روپیه هند؛
- **سود خالص:** بیش از ۵۰ میلیون روپیه هند.

همچنین وزارت امور شرکت‌ها^۲ از ۱۴ ژوئیه ۲۰۲۵، فرایند ثبت نام جدید CSR-1 مبتنی بر وب را تحت قوانین اصلاح شده شرکت‌ها (سیاست مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها) آغاز کرده است. این سیستم جدید برای نظارت و سامان‌دهی نهادهای غیرانتفاعی است که می‌خواهند فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را به نمایندگی از شرکت‌ها انجام دهند. در سامانه جدید، این نهادها باید شماره شناسایی و وضعیت حقوقی، لیست کارگزاران مهم، سوابق پروژه‌های مسئولیت

1. CSR
2. MCA

اجتماعی شرکتی قبلی، گواهی حسابدار رسمی و ... را بارگذاری کنند. همچنین این نهادها باید حداقل سه سال سابقه کار در کارهای اجتماعی مشابه را نشان دهند، مگر اینکه توسط خود شرکت یا یک نهاد دولتی تأسیس شده باشند. همچنین فرم دومی نیز برای شرکت‌ها با عنوان CSR-2 تعریف شده که شرکت‌ها باید گزارشی از فعالیت‌های خود در حوزه مسئولیت اجتماعی و سیاست‌های خود در این حوزه را ارائه دهد. علاوه بر این، موارد زیر نیز در این فرم باید عنوان شوند.

- دارایی خالص، گردش مالی و سود خالص شرکت؛
- جزئیات کمیته مسئولیت اجتماعی، شامل جلسات برگزار شده و حضور مدیران؛
- جزئیات پروژه، شامل بودجه اختصاص یافته و هزینه شده، مکان‌ها و روش‌های اجرا؛
- مبالغ هزینه نشده مسئولیت اجتماعی؛
- دلایل هرگونه کمبود در هزینه‌های مسئولیت اجتماعی و اقدام‌های اصلاحی انجام شده.

۱-۳. سازوکارهای نظارت بر فرایند مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت اجتماعی شرکتی در درجه اول توسط هیئت‌مدیره شرکت هدایت می‌شود که مسئول برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، اجرا و نظارت بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی براساس توصیه‌های کمیته مسئولیت اجتماعی شرکتی خود است. چارچوب اصلی مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند مبتنی بر افشاست و شرکت‌های موظف به قانون مسئولیت اجتماعی شرکتی (با معیارهای سه‌گانه مالی) را ملزم می‌کند تا جزئیات سالیانه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را در فهرست سامانه ثبت کنند. این مقررات قانونی، مانند افشا و ثبت اجباری فعالیت‌ها، پاسخگویی کمیته مسئولیت اجتماعی شرکتی و هیئت‌مدیره و الزامات حسابرسی برای حساب‌های شرکت، سازوکارهای قوی برای نظارت مؤثر ارائه می‌دهند. این فرایند به‌طور مؤثری می‌تواند مانع از زدوبندهای سیاسی و پولشویی در فرایند مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شود.

۲-۳. نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی در استراتژی کسب‌وکار

مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند نه تنها یک الزام قانونی، بلکه یک ابزار استراتژیک برای رشد و توسعه کسب‌وکار نیز است. شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی را در استراتژی‌های اصلی خود ادغام می‌کنند، می‌توانند تصویر مثبتی از نشان تجاری خود ایجاد کرده، حسن نیت جامعه را تقویت و سرمایه‌گذاران و مشتریان آگاه به مسائل اجتماعی را به خود جذب کنند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تبلیغ تلاش‌های شرکت برای جامعه‌ای بهتر و افزایش شانس مطلوب شدن آنها در نظر مصرف‌کنندگان، تصویر عمومی آنها را بهبود می‌بخشد. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکتی یک راهبرد نوین در تبلیغات است که با وجدان و حس مسئولیت جامعه پیوند می‌خورد. همچنین ابتکارات موفق مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند مشارکت کارکنان خود شرکت را نیز افزایش دهد و در نتیجه با کاهش ریسک‌های کسب و کار، ضمانت بلندمدتی برای فضای شرکتی خود ایجاد کند.



۳-۳. روش‌شناسی و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی

فرایند مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند یک مدل سه‌گانه را در خود جای داده است. ارزیابی جامع تأثیرات فعالیت، ادغام و پایداری مسئولیت اجتماعی و تشکیل دپارتمان‌های اختصاصی مسئولیت اجتماعی سه بخش اصلی فعالیت شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی هستند که در ادامه به اختصار توضیح داده می‌شوند.

- **ارزیابی جامع تأثیرات فعالیت شرکت:** پیش‌شرط تحقق مطلوب مسئولیت اجتماعی یک شرکت، ارزیابی آثار فعالیت‌های شرکت است تا بتوان برنامه مناسبی برای اقدام‌های شرکت طراحی کرد. بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکتی مؤثر شامل ارزیابی تأثیر فعالیت‌های تجاری بر مشتریان، تأمین‌کنندگان، محیط زیست، جوامع تحت تأثیر و کارکنان است.

- **ادغام و پایداری مسئولیت اجتماعی در شرکت:** نگاه پیوستی و الصاقی به مسئولیت اجتماعی نمی‌تواند امر اجتماعی را در تاروپود شرکت جای دهد و از سوی کارکنان همواره به چشم امری بیرونی و غیرضروری دیده می‌شود. بنابراین سازمان‌ها تشویق می‌شوند که ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی را در استراتژی‌های اصلی کسب‌وکار خود ادغام کرده و از مشارکت‌های پایداری که اهداف کسب‌وکار را به خطر نمی‌اندازند، اطمینان حاصل کنند.

- **تشکیل دپارتمان‌های اختصاصی مسئولیت اجتماعی شرکتی:** یکی از چالش‌های کشور ایران در حوزه مسئولیت اجتماعی، کمبود نیروهای متخصص این حوزه در شرکت‌هاست. بسیاری از شرکت‌ها در هند تیم‌های خاصی را برای تدوین سیاست‌ها و تخصیص بودجه برای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی ایجاد کرده‌اند و اغلب آنها را با باورهای اجتماعی و حوزه کسب‌وکار شرکت همسو می‌کنند. در واقع هر شرکتی که مفاد مسئولیت اجتماعی شرکتی در مورد آن اعمال می‌شود (با معیارهای سه‌گانه مالی)، باید یک کمیته مسئولیت اجتماعی شرکتی تشکیل دهد. کمیته مسئولیت اجتماعی شرکتی باید از سه یا چند مدیر شرکت تشکیل شود که حداقل یکی از آنها باید مدیر مستقل (نه زیرمجموعه دیگری) باشد. در مورد شرکت‌های خارجی فعال در هند، کمیته مسئولیت اجتماعی شرکتی باید حداقل یکی از مدیران اعضای کمیته، ساکن هند و مجاز به پذیرش خدمات مرتبط با اطلاعیه‌ها و سایر اسناد از طرف شرکت خارجی باشد. پس از بررسی توصیه‌های کمیته مسئولیت اجتماعی شرکتی، هیئت‌مدیره سیاست مسئولیت اجتماعی را برای شرکت تصویب کرده و محتوای آن را در وبسایت خود منتشر می‌کند. همچنین هیئت‌مدیره باید اطمینان حاصل کند که فقط فعالیت‌هایی که در سیاست ذکر شده‌اند، انجام شوند.

۳-۴. فعالیت‌های مجاز مسئولیت اجتماعی شرکتی

یکی از مشکلات مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران، تحمیل مواردی غیرمرتبط با مسئولیت اجتماعی به شرکت‌هاست. در هند برای پیشگیری از این وضعیت، چارچوب فعالیت مشخصی تعریف شده است. فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی شامل طیف وسیعی از پروژه‌ها، مانند ارتقای آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، پایداری محیط زیست و توسعه روستایی هستند. شرکت‌ها می‌توانند فعالیت‌های زیر را در سیاست‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود، همان‌طور که در مقررات مشخص شده، لحاظ کنند [۲].

۱. فقر، سلامت و بهداشت: با تمرکز بر ریشه‌کنی فقر، گرسنگی و سوء تغذیه؛ ارتقا مراقبت‌های بهداشتی، مانند بهداشت و مراقبت‌های بهداشتی پیشگیرانه و تضمین دسترسی به آب آشامیدنی سالم.
۲. آموزش و اشتغال: با تمرکز بر بهبود آموزش؛ آموزش ویژه و مهارت‌های حرفه‌ای برای کودکان، زنان، سالمندان و افراد دارای معلولیت، آموزش و اشتغال با طرح‌های بهبود معیشت.
۳. حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر: با تمرکز بر ایجاد خانه‌ها و خوابگاه‌ها برای زنان و یتیمان؛ توانمندسازی زنان و ایجاد امکانات برای سالمندان و گروه‌های محروم.
۴. پایداری محیط زیست: با تمرکز بر ابتکاراتی برای پایداری محیط زیست، تعادل اکولوژیکی و حفاظت از منابع طبیعی؛ حمایت از پروژه‌هایی مانند جوان‌سازی رودخانه گنگ و جنگل‌داری کشاورزی.
۵. میراث و فرهنگ ملی: با تمرکز بر حفاظت از میراث، هنر و فرهنگ ملی؛ مرمت بناهای تاریخی و ترویج هنرهای سنتی.
۶. حمایت از نیروهای مسلح و خانواده‌های آنها: با تمرکز بر اقدام‌های رفاهی برای جانبازان نیروهای مسلح، بیوه‌های جنگ و افراد تحت تکفل.
۷. ترویج ورزش: با تمرکز بر آموزش و ترویج ورزش‌های روستایی، شناخته شده ملی، پارالمپیک و المپیک.
۸. کمک به بودجه‌های ملی: کمک به صندوق‌هایی مانند صندوق امداد ملی نخست‌وزیر و سایر صندوق‌هایی که با هدف توسعه اجتماعی-اقتصادی فعالیت می‌کنند.
۹. حمایت از تحقیق و توسعه: با تمرکز بر کمک به پروژه‌های تحقیق و توسعه در علوم، فناوری، مهندسی و پزشکی که توسط نهادهای دولتی یا مؤسسات عمومی تأمین مالی می‌شوند.
۱۰. حمایت از مؤسسات آموزشی: با تمرکز بر کمک به دانشگاه‌های دولتی و نهادهای تحقیقاتی ملی.
۱۱. پروژه‌های توسعه روستایی: با تمرکز بر ابتکاراتی که بر توسعه مناطق روستایی متمرکز هستند.
۱۲. توسعه مناطق فقیرنشین: با تمرکز بر توسعه مناطق فقیرنشین براساس اعلام دولت.
۱۳. مدیریت بحران: با تمرکز بر فعالیت‌های مربوط به امداد رسانی، توانبخشی و بازسازی در برابر بلایا.

۳-۵. ضمانت اجرایی قوانین مسئولیت اجتماعی در هند

ضمانت اجرایی قوانین حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی همواره یکی از مهم‌ترین چالش‌های این حوزه است. موضوعی که با اجتماعی بودن و داوطلبانگی این عرصه در کنار چالش‌ها و انحرافات بالقوه در این حوزه پرچالش شده است. عدم رعایت مقررات مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند می‌تواند به جرمه‌های قابل توجهی منجر شود. شرکت‌هایی که هزینه‌های CSR مورد نیاز را برآورده نکرده یا مبلغ خرج نشده را به یک صندوق مشخص منتقل نمی‌کنند، ممکن است تا ۱۰ میلیون روپیه جریمه شوند. مدیران مسئول این قصور نیز ممکن است با جریمه‌هایی تا ۲۰۰۰۰۰ روپیه مواجه شوند. جریمه‌ها عبارت‌اند از:



- **جریمه‌های شرکت:** تا ۱۰ میلیون روپیه یا دو برابر مبلغ CSR خرج نشده مورد نیاز برای انتقال، هرکدام که کمتر باشد.^۱
- **جریمه‌های مدیران:** تا ۲۰۰,۰۰۰ روپیه یا یک‌دهم مبلغ CSR خرج نشده مورد نیاز برای انتقال، هرکدام که کمتر باشد.

۳-۶. عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در هند در سال مالی ۲۰۲۳

عملکرد شرکت‌های فعال در مسئولیت اجتماعی ذیل قوانین هند در سال مالی ۲۰۲۳ به شرح زیر است [۳]:

الف) رشد کندتر هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی: در سال مالی ۲۰۲۳، هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی توسط شرکت‌های فهرست شده در بورس اوراق بهادار ملی^۲ با ۵ درصد افزایش به ۱۵۵.۲۴ میلیارد روپیه رسید که نسبت به ۱۴۸.۱۶ میلیارد روپیه در سال مالی ۲۰۲۲ افزایش یافته است. این رشد در مقایسه با افزایش ۱۳ درصدی میانگین سود خالص در سه سال گذشته، کندتر بود.

ب) کاهش مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌عنوان درصدی از سود خالص: هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی به‌عنوان درصدی از سود خالص به ۱.۸۷ درصد کاهش یافت که پایین‌ترین حد در شش سال گذشته بوده و نشان‌دهنده عقب‌ماندگی در هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی نسبت به رشد سود است.

ج) رعایت دستورالعمل مسئولیت اجتماعی شرکتی: با وجود این کاهش، ۱۲۷۱ شرکت از ۱۲۹۶ شرکتی که ملزم به صرف هزینه در مسئولیت اجتماعی شرکتی بودند، این کار را انجام دادند که نشان‌دهنده بهبود نسبت به سال قبل است.

۳-۷. شرکت‌های موفق هند در مسئولیت اجتماعی در سال ۲۰۲۳

برخی از شرکت‌های برتر هند در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی و پایداری در سال ۲۰۲۳ براساس گزارش مجله CSR عبارت‌اند از [۴]:

▪ هیندالکو

هیندالکو یک شرکت استخراج معدن هندی است، که در زمینه تولید و عرضه آلومینیوم و مس فعالیت می‌کند. این شرکت در سال مالی ۲۰۲۳، مبلغ ۳۶۰.۴ میلیون روپیه در طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی سرمایه‌گذاری کرده است. تلاش‌های هیندالکو در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی، حوزه‌های کلیدی مانند دسترسی به آب، مراقبت‌های بهداشتی و آموزش را دربرمی‌گیرد. این شرکت اردوهای پزشکی (مانند گروه‌های جهادی پزشکان در مناطق محروم کشور ایران) برگزار کرده؛ خدمات آمبولانسی ارائه می‌دهد و از مراکز بهداشتی پشتیبانی می‌کند. در عین حال پیشگیری و مقابله با

۱. لازم به ذکر است این قانون برای شرکت‌های با سود خالص ۵۰ میلیون روپیه اعمال می‌شود. یعنی این جریمه بخش قابل توجهی از سود شرکت را شامل می‌شود.

2. NSE

بیماری‌هایی مانند مالاریا و سل را هدف قرار می‌دهد. همچنین در حوزه آموزش، هیندالکو آموزش ابتدایی و سوادآموزی بزرگسالان را ترویج می‌دهد و برای دختران بورسیه تحصیلی فراهم می‌کند. علاوه بر این، آموزش مهارت‌ها و توانمندسازی زنان را در اولویت قرار می‌دهد و بیش از ۱۱۰۰۰ زن را در گروه‌های خودیاری درگیر فعالیت‌های خرد مالی و کارآفرینی می‌کند. در نهایت حوزه کشاورزی را نیز با حمایت از آن، شامل طرح‌های آبیاری و آموزش در شیوه‌های کشاورزی پایدار، پشتیبانی می‌کند.

▪ شرکت آی تی سی (ITC)

شرکت آی تی سی در چهار زمینه فعالیت دارد که عبارت‌اند از کالاهای مصرفی، هتل‌داری، خدمات بسته‌بندی و صنایع کشاورزی. جنبه‌های کلیدی رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی آی تی سی شامل برنامه‌ریزی مشارکتی و اجتماعی است که بر حوزه‌های زیست‌محیطی و توسعه محلی تأکید دارد.

پروژه‌های مسئولیت اجتماعی این شرکت، ۲۷ ایالت هند را دربرمی‌گیرد و بیش از ۳۰۰ منطقه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ابتکارات قابل توجه این شرکت در ایفای مسئولیت اجتماعی عبارت‌اند از:

۱. جنگل‌داری: بیش از ۳۱،۰۰۰ هکتار جنگل کاری شده و ۱۷۶،۰۰۰ خانوار در بهره‌داری و عواید آن شریک شده‌اند.
۲. نظارت و بهبود مصرف آب: افزایش امنیت آب در ۱۳۶،۰۰۰ هکتار با سازه‌های مؤثر جمع‌آوری آب.
۳. حفاظت از تنوع زیستی: احیای اکوسیستم‌های بیش از ۱۵۰،۰۰۰ هکتار و بهبود تنوع زیستی.
۴. کشاورزی هوشمند با آب و هوا: ۲.۳۴ میلیون هکتار را تحت پوشش این طرح قرار داده و شیوه‌های کشاورزی پایدار را ترویج کرده است.

۵. توسعه دامداری: بهبود معیشت خانواده‌هایی که در پرورش دام‌های مختلف فعالیت دارند.

۶. توانمندسازی زنان: از بیش از ۳۵،۴۰۰ زن حمایت کرده و به ۲۱۰،۰۰۰ گروه خودیاری دسترسی داشته است.

۷. آموزش: یادگیری پیشرفته برای بیش از ۲۵۰،۰۰۰ کودک.

۸. آموزش مهارتی و حرفه‌ای: آموزش بیش از ۱۴،۴۰۰ جوان، دستیابی به نرخ اشتغال ۶۸ درصدی.

۹. بهداشت: ساخت توالت‌هایی که به ۱۱۵،۰۰۰ عضو جامعه سود می‌رساند.

۱۰. سلامت و تغذیه: افزایش آگاهی بهداشتی برای بیش از ۵۶۰،۰۰۰ نفر از ذی‌نفعان.

۱۱. مدیریت پسماند: توسعه مدل‌هایی برای تولید صفر زباله در محل‌های دفن زباله.

۱۲. تأسیس آکادمی تحقیقاتی: ترویج موسیقی کلاسیک هندوستانی از طریق آموزش.

▪ شرکت مواد شیمیایی تاتا (Tata Chemicals)

شرکت مواد شیمیایی تاتا، یک شرکت چندملیتی هندی بوده که در زمینه مواد شیمیایی، حفاظت از محصولات کشاورزی و محصولات شیمیایی تخصصی فعالیت دارد و زیرمجموعه گروه صنعتی تاتا در بمبئی هند است. در سال مالی ۲۰۲۳، شرکت مواد شیمیایی تاتا ۱۶۰ میلیون روپیه به طرح‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی اختصاص داد. در



طول سال مالی ۲۰۲۳، شرکت مواد شیمیایی تاتا با ۵۲۴۵ کشاورز همکاری کرد و در زمینه‌هایی مانند مدیریت دام و کشاورزی ارگانیک آموزش و پشتیبانی ارائه داد که باعث بهبود بهره‌وری مزارع و درآمد کشاورزان شد. این شرکت همچنین از طریق برنامه‌های توسعه مهارت در زمینه‌هایی مانند فناوری و جوشکاری، جوانان روستایی را درگیر کرده و فرصت‌های شغلی و کارآفرینی ایجاد می‌کند. این طرح‌ها در مکان‌های مختلفی از جمله یک مرکز توسعه مهارت در میتاپور و مؤسسات همکار مانند مرکز توسعه مهارت تاتا استرایو برگزار می‌شود. این شرکت سیاست‌های جامع مسئولیت اجتماعی شرکتی، مانند سیاست توسعه جامعه و سیاست تنوع و شمول را تدوین کرده است.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در کشور ایران چالش‌های مختلفی در حوزه مسئولیت اجتماعی مانند شفافیت پایین، مشخص نبودن آثار طرح‌های مسئولیت اجتماعی، فشارهای سیاسی بر منابع و مصارف مسئولیت اجتماعی و کم‌توجهی در مشارکت‌گیری از بخش سوم و جوامع محلی وجود دارد. همچنین زیست‌بوم دولتی و شبه‌دولتی بسیاری از شرکت‌ها باعث شده تا دولت خود را متصدی و نه تنظیم‌گر عرصه مسئولیت اجتماعی بداند و برای منابع مسئولیت اجتماعی تصمیم‌گیری کند. گزارش حاضر افقی را برای سیاستگذاران کشور و فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی ایجاد می‌کند تا بتوانند با مقررات بهینه و همساز با زیست‌بوم اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران را ارتقا دهند.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در هند، همان‌طور که اشاره شد در قانون شرکت‌ها مصوب ۲۰۱۳ الزامی شده و گواهی بر نقش در حال تکامل کسب‌وکارها در توسعه و پیشرفت جامعه است. سیاستگذار در هند تلاش کرده با همسو کردن اهداف کسب‌وکار با نیازهای اجتماعی، ضمن ایجاد شیوه‌های کسب‌وکار پایدار و مسئولانه، به‌طور معناداری آنها را در توسعه کشور مشارکت دهد. رعایت مقررات و گزارش مؤثر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی از طریق فرم‌های برخط شفافیت، پاسخگویی و انطباق را تضمین کرده و راه را برای آینده‌ای بهتر و فراگیرتر هموار می‌کند. مشارکت دادن بخش سوم (به‌ویژه تعاونی‌ها) در انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی پس از احراز فعالیت‌های مثبت در گذشته، به انجام هرچه بهتر طرح‌های مسئولیت اجتماعی در هند کمک می‌کند. همچنین مشخص کردن اولویت‌ها در سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی، به رشد و پیشرفت جامعه با هم‌افزایی دولت کمک کرده است. علاوه بر این ساختار شرکت و هیئت‌مدیره، کنشگر اصلی در عرصه مسئولیت اجتماعی است تا هم سود شرکت را در نظر گرفته و هم مسئولیت اجرای قوانین را برعهده گیرند تا در صورت عدول با عواقب قانونی مشخص روبه‌رو شوند. بنابراین دولت هند در عرصه مسئولیت اجتماعی تصدی‌گری نکرده، بلکه نظارت و ریل‌گذاری می‌کند. در نهایت مشارکت گسترده مردم محلی و بخش سوم در کنار اجبار به گزارش‌دهی و شفافیت، زیست‌بومی سالم و کارآمد در مسئولیت اجتماعی هند ایجاد کرده که نمونه مناسبی برای کشورهای مختلف جهان است.

در نتیجه با توجه به تجربه موفق هند، ساختارهای شفافیت، استفاده از بخش سوم (به ویژه تعاونی‌ها که در زیست‌بوم فرهنگی و تاریخی ایران جایگاه مهمی دارند)، توجه به حکمرانی شرکتی و تعبیه ساختار مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها، درس‌آموخته‌های مناسبی برای ایران (البته در بخش داوطلبانه مسئولیت اجتماعی (و نه رفع اثرات منفی)) هستند. بخش اجباری بودن پرداخت بخشی از سود برای مسئولیت اجتماعی، که در هند قانون شده، همچنان برای ایران میسر نیست و باید ابتدا ساختارهای شفافیت و مشارکتی و تبلیغاتی این حوزه شکل بگیرد تا شرکت‌ها با میل و اختیار بیشتری در این مدل همکاری داشته باشند. لذا متناسب با این گزارش و وضعیت ایران، پیشنهادات زیر برای گنجاندن در قانون اعلام می‌شود:

۱- ایجاد ساختار و سامانه شفافیت در مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های با معیار مالی مشخص

۲- استفاده از بخش سوم به ویژه تعاونی‌ها در انجام طرح‌های مسئولیت اجتماعی

۳- توجه به حکمرانی شرکتی در تصمیم‌گیری‌های مسئولیت اجتماعی

۴- ساختارمند کردن مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها

۵- ایجاد ضمانت اجرایی مشخص نسبت به شرکت و مدیران شرکت در عمل به قانون

۶- الزامی کردن رفع اثرات منفی شرکت‌ها



[1] <https://www.unesco.org/en/dtc-financing-toolkit/mandatory-corporate-social-responsibility-csr-india>

[2] <https://cleartax.in/s/form-csr>

[3] <https://cleartax.in/s/corporate-social-responsibility>

[4] <https://www.india-briefing.com/news/corporate-social-responsibility-india-5511.html/>

[۵] خلعتبری، مریم. (۱۴۰۲). تبیین و اولویت‌بندی نقش‌های دولت در ترویج مسئولیت اجتماعی سازمانی از طریق

خط‌مشی‌های عمومی. نشریه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت. سال چهاردهم. شماره ۱.

[۶] نوری، جعفر و جوهر، سعید. (۱۳۹۳). مفهوم‌شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در حقوق آلمان، فرانسه،

انگلستان و ایران با رویکرد تطبیقی. مجله حقوق تطبیقی دانشگاه تهران. دوره ۵. شماره ۲.

گزیده سیاستی

کشور هند با تنظیم مقررات در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توانسته توسعه محلی و توانمندسازی اقشار مستضعف را بهبود بخشد.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۲۰۰۰ • صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ • پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir