Iraqi Journal of Humanitarian, Social and Scientific Research المجلة العراقية للبحوث الإنسانية والإجتماعية والعلمية
العدد (16S1) الخاص بوقائع المؤتمر العلمي الدولي الثامن الذي نظمته مؤسسة منارة للتنمية والتعليم
بالتعاون مع Knowledge University Erbil-Iraq و جامعة العقبة للتكنولوجيا – الأردن تحت شعار
(البحث العلمي وتطبيقاته في خدمة المجتمع .. رؤى جديدة لعالم متغير) في إقليم كوردستان العراق – أربيل
في 12 - 13 / 2 / 2025 م

القصور التشريعي في قانون الشركات العراقي لتحقيق خدمة المجتمع

م.د. سامر شهاب حمد
جامعة كركوك/ كلية طب الاسنان
E-mail- samirshuhab@uokirkuk.edu.iq
07700937555 موبايل

الملخص
يعد القصور التشريعي في قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997 من أبرز العوائق التي تواجه تحقيق خدمة المجتمع من قبل الشركات التي تعمل داخل العراق بفعالية، سواء كانت تلك الشركات محلية او دولية تتمثل هذه المشكلة في وجود فجوات قانونية تمنع هذه الشركات من أداء دورها الاجتماعي بالشكل المطلوب، من أبرز مظاهر هذا القصور غياب النصوص في قانون الشركات العراقي التي تُلزم الشركات بالمسؤولية الاجتماعية، مما يؤدي إلى تقصيرها في تقديم خدمات تنموية مستدامة، كما أن ضعف التحديث التشريعي يعوق الشركات عن مواكبة التحولات الاقتصادية والاجتماعية، مما يؤثر سلبًا على قدرتها على التكيف مع التحديات الجديدة .ينعكس هذا القصور بشكل مباشر على المجتمع، حيث تتراجع فرص تحقيق التنمية المستدامة، وتزداد الفجوة بين الأهداف الاقتصادية للشركات واحتياجات المجتمع. في المقابل، يمكن معالجة هذه الإشكاليات من خلال إصلاحات تشريعية تضمن توازنًا بين مصالح الشركات والمجتمع. تشمل هذه الإصلاحات إدراج نصوص تُشجع الشركات على تبني مبادرات اجتماعية، وتحديث القانون ليكون أكثر مرونة وشمولية .بالتالي، فإن التصدي لهذه المشكلة يتطلب تعاونًا بين الجهات التشريعية والرقابية والشركات نفسها لضمان تحقيق إطار قانوني يدعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، هذه الإصلاحات ليست فقط ضرورية لتحسين أداء الشركات، بل أيضًا لتحقيق أهداف مجتمعية أوسع تخدم مصلحة الجميع.
الكلمات المفتاحية: الشركات، القصور التشريعي، خدمة المجتمع، المسؤولية الاجتماعية

Legislative Shortcomings in the Iraqi Companies Law in Achieving Community Service

L. Dr . Samir Shihab Ahmed

The legislative shortcomings in the Iraqi Companies Law No. (21) of 1997 represent one of the major obstacles preventing companies operating in Iraq, whether local or international, from effectively serving the community. This issue is reflected in the presence of legal gaps that hinder these companies from fulfilling their social role as required. One of the most notable aspects of this shortcoming is the absence of provisions in the Iraqi Companies Law that mandate corporate social responsibility, leading to a failure in providing sustainable developmental services. Additionally, the lack of legislative updates prevents companies from keeping pace with economic and social transformations, negatively affecting their ability to adapt to new challenges. This legislative deficiency directly impacts society, as opportunities for sustainable development decline and the gap widens between corporate economic objectives and community needs. In contrast, these challenges can be addressed through legislative reforms that ensure a balance between corporate interests and societal

welfare. Such reforms should include provisions that encourage companies to adopt social initiatives and update the law to make it more flexible and comprehensive. Therefore, addressing this issue requires cooperation between legislative and regulatory bodies, as well as the companies themselves, to establish a legal framework that supports both economic and social development. These reforms are not only necessary to enhance corporate performance but also to achieve broader societal goals that serve the common good.

Keywords: corporations, legislative deficiencies, community service, social responsibility

المقدمة

يُعَدّ قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997 المعدل، الإطار القانوني الأساسي الذي ينظم تأسيس الشركات وإدارتها وآليات عملها داخل العراق. ورغم التعديلات العديدة التي طرأت عليه، لا يزال هذا القانون يواجه انتقادات تتعلق بمدى قدرته على تحقيق التوازن بين المصالح الاقتصادية للشركات وتحقيق خدمة المجتمع، من أبرز أوجه القصور التشريعي في هذا القانون هو غياب النصوص الملزمة التي تفرض على الشركات تبني اهداف تمكنها من تحقيق خدمة المجتمع، مما أدى إلى محدودية إسهاماتها في التنمية المستدامة، سواء من خلال المبادرات الاجتماعية أو البيئية أو الاقتصادية.

يبرز هذا القصور في عدة مجالات، منها عدم وجود أحكام واضحة تُلزم الشركات بالمساهمة في المشاريع التنموية، إلى جانب عدم كفاية الحوافز القانونية التي تشجع الشركات على تقديم خدمات المجتمع. كما أن ضعف التحديث التشريعي وعدم مواءمته للتحولات الاقتصادية والاجتماعية الحديثة جعلا القانون غير قادر على استيعاب التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال، مما انعكس سلبًا على قدرة الشركات على تحقيق التنمية المستدامة.

بناءً على ذلك، فإن مراجعة وتحديث قانون الشركات وجميع التشريعات ذات العلاقة، بما في ذلك قانون قانون تنظيم توزيع الأرباح، يُعدّ خطوة أساسية نحو تطوير بيئة قانونية تُحفز الشركات على تحمل مسؤولياتها الاجتماعية بفعالية، فان تحقيق هذا الهدف يتطلب تعاونًا مشتركًا بين الجهات التشريعية والرقابية والقطاع الخاص، لضمان تحقيق إصلاحات قانونية تؤمن تقديم خدمات للمجتمع من قبل الشركات العاملة فيه.

أهداف البحث: يهدف البحث الى بيان مايأتي:

1. **تحليل القصور التشريعي في قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997** من خلال دراسة مدى كفاية نصوصه في تنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.
2. **تقييم تأثير غياب التشريعات الملزمة للمسؤولية الاجتماعية** على أداء الشركات في العراق، ومدى انعكاس ذلك على خدمة المجتمع ومشاريع التنمية المستدامة.
3. **اقتراح تعديلات تشريعية لقانون الشركات العراقي وقانون تنظيم توزيع الأرباح رقم (101) لسنة 1964** لضمان إلزام الشركات بتخصيص جزء من أرباحها للمشاريع المجتمعية وتعزيز مساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

تساؤلات البحث: سأحاول من خلال البحث الاجابة على التساؤلات الاتية:

1. إلى أي مدى يسهم قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997 في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، وما هي أبرز أوجه القصور التشريعي في هذا المجال؟

2. ما تأثير غياب النصوص القانونية الملزمة للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق التنمية المستدامة في العراق، وكيف يؤثر ذلك على العلاقة بين الشركات والمجتمع العاملة فيه؟
3. ما هي الإصلاحات التشريعية المطلوبة في قانون الشركات العراقي وتنظيم توزيع الأرباح وفقًا للقانون رقم (101) لسنة 1964 لضمان دور أكثر فاعلية للشركات في خدمة المجتمع؟

مشكلة البحث: يواجه قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997 قصورًا تشريعيًا في تضمين مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما أدى إلى ضعف مساهمتها في خدمة المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة. كما أن غياب النصوص القانونية الملزمة والحوافز التشريعية جعل الشركات تركز على أهدافها الاقتصادية دون مراعاة الاحتياجات المجتمعية.

وبناءً على ذلك، تتجلى مشكلة البحث في الحاجة إلى دراسة **أوجه القصور التشريعي واقتراح تعديلات قانونية لتعزيز دور الشركات في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في العراق.**

منهج البحث: اعتمدت المنهج التحليلي الاستقرائي منهجا للبحث من خلال تحليل النصوص القانونية المنظمة لدور الشركات في تحقيق خدمة المجتمع وبيان مواطن القصور والفجوات التشريعية، بالإضافة إلى المنهج المقارن، من خلال مقارنة التشريع العراقي متمثلا بقانون الشركات رقم (21) لسنة 1997، وقانون رقم (101) لسنة 1964 الخاص بتنظيم توزيع الارباح في الشركات مع النظم القانونية المتطورة متمثلة بقانون الشركات الهندي لسنة 2013 .

هيكلية البحث: اقتضى تقسيم هذا البحث الى مبحثين: تناولت في المبحث الاول الاساس القانوني للمسؤولية الاجتماعية، و ذلك من خلال مطلبين: تناولت في المطلب الاول مسؤولية اخلاقية، وتناولت في المطلب الثاني مسؤولية قانونية، اما المبحث الثاني فقد قسمته الى مطلبين: المطلب الاول بعنوان التحديات القانونية لتحقيق خدمة المجتمع، وتناولت في المطلب الثاني القصور التشريعي في قانون الشركات العراقي.

المبحث الاول
الاساس القانوني للمسؤولية الاجتماعية

لقد برز مصطلح "المسؤولية الاجتماعية للشركات خلال ستينيات القرن العشرين وظل مصطلحًا يستخدمه العديد من الأفراد بهدف تغطية المسؤولية القانونية والأخلاقية التي لم يتم فهمها بشكل جيد، في الواقع، يشير مصطلح المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى ممارسة تجارية تتضمن المشاركة في الأنشطة التي تعود بالنفع على المجتمع ، ولغرض الاحاطة بجميع تفاصيل هذا المبحث تم تقسيمه الى مطلبين: تناولت في المطلب الاول مسؤولية اخلاقية، وتناولت في المطلب الثاني مسؤولية قانونية.

المطلب الاول
مسؤولية اخلاقية

تطورت منذ مطلع القرن العشرين فلسفات اقتصادية تزامنت مع الانفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات الحديثة، فابتداء كانت الفلسفة الاقتصادية الكلاسيكية تفترض بأن واجب الشركات الأساسي، ان لم يكن الوحيد، هو أن تعظم من ربحيتها دون أن تقوم بأي واجب آخر تجاه المجتمع، الأمر الذي يمكن المشروعات من النمو، ويوفر بالتالي طائفة أوسع من السلع والخدمات للمستهلكين، ويؤمن دفع أجور أفضل للعاملين، وتتمثل النظرة التقليدية للقطاع الخاص، كما أوجزها بعض الاقتصاديين في السبعينات من القرن الماضي، وجهة النظر الكلاسيكية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، إذ يرى أن مسئولية الشركة تتحقق من

خلال سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للمواطنين، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة، وأن تبني الشركة لفلسفة المسؤولية الاجتماعية من شانه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف العمل[1].

هناك وجهتا نظر متنافستان فيما يتعلق بمسؤولية الشركات في تحقيق خدمات اجتماعية او ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، فالأولى هي أن الاهتمام الاول للمساهمين بالمسؤولية الاجتماعية للشركات مدفوع بدوافع مالية، ووفقاً لهذا الرأي فإن تحقيق المسؤولية الاجتماعية مثل التحول إلى الطاقة المتجددة أو توظيف قوة عاملة متنوعة من شأنه أن يؤدي إلى تعظيم الربح في الأمد البعيد، ونظراً لقصر النظر عادة في القطاع المؤسسي أو التحيزات السلوكية الإدارية، فإن المسؤولين التنفيذين في الشركات قد يقللون من قيمة مثل هذه النفقات الباهظة اذ لا يعملون على تعظيم قيمة المساهمين، وفي بعض الاحيان تكون أسواق رأس المال ببساطة غير فّعالة ولا تضع في الحسبان مخاطر الأزمات العالمية[2].

اما وجهة النظر البديلة هي أن مصالح المساهمين مدفوعة في المقام الأول بدوافع غير مالية فهم على استعداد للتضحية ببعض العائدات للتخفيف من التأثيرات الخارجية للشركة، والتي تعود فوائدها على المجتمع، و بموجب هذه النظرة، فإن التمويل المسؤول أو المستدام يعالج التأثيرات الخارجية للاحتباس الحراري العالمي أو غيرها من المخاوف المجتمعية من خلال تجنيب جزء من ارباح الشركات، و بالتالي لا بد من تحفيز الشركات للسعى إلى تعظيم القيمة المبنية على الإصلاح[3].

عادة ما تشكل هذه المبادرات امتداداً لممارسات الاستثمار المسؤولة اجتماعياً من اجيال سابق كانت متجذرة في الاعتبارات الدينية أو الأخلاقية، اذ كانت جل الشركات تساهم بشيء من الارباح بدافع من تلك الاعتبارات، ولكن تحولت النظرة فيما بعد من ما يعرف باسم (الأسهم البنية) وهي التي تكون أسهم الخطيئة الجديدة التي يتجن بها المستثمرون على الرغم من كونها مؤسسات مربحة للغاية، الى دوافع غير مالية نابعة من تفضيلات بعض الشركات المؤيدة لخدمة المجتمع وترتبط النظرة النقدية بتسويق المعايير البيئية والاجتماعية والحوكمة للأسهم، وترتبط النظرة غير النقدية ما يعرف بإصدار السندات الخضراء[4]، حيث يشير مصطلح إلى فوائد التسعير القائمة على استعداد المستثمرين لدفع مبالغ إضافية أو قبول عائدات أقل في مقابل التأثير المستدام، وهذا يتعلق بما إذا كانت الشركات المسؤولة اجتماعياً تتمتع بتكلفة رأسمالية أقل (أي معدل عائد مطلو ب أقل) مقارنة بالشركات غير المسؤولة[5].

([1]) صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية ، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية 23 – 25 مارس 2009 ، بيروت، الجمهورية اللبنانية ص 4.

([2]) آمنة بنت مهنا السندي ، توز عٌ الأرباح في الشركات المساهمة، دراسة مقارنة، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص107.

([3]) ابراهيم بدر الصبيحات اخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية ، دار الجنان للنشر والتوزيع، 2017 , ص 29.

([4]) الاسهم الخضراء هي عبارة عن اسهم الشركات التي تركز على الاستدامة البيئية والمسؤولية الاجتماعية. تعكس هذه الشركات التزاماً بمبادئ الحوكمة البيئية والاجتماعية، وتسعى لتحقيق أرباحها بطرق تقلل من الأثر البيئي السلبي وتحافظ على الموارد الطبيعية. مقال منشور في مجلة مال على الانترن/www.maaal.com تاريخ الزيارة 13/ 1/ 2025 .

([5]) محمد مدحت ابو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015، ص156.

وعادة ما تقارن الدراسات بين العائدات المعدلة للمخاطر على أسهم الشركات المسؤولة وغير المسؤولة. وفي ظل وجهة النظر غير النقدية، تتمتع الشركات المسؤولة اجتماعياً بمعدل عائد أقل لأن المساهمين على استعداد لدفع أسعار أعلى لمثل هذه الشركات لأنها تخفف من التأثيرات الخارجية وبموجب الدافع غير المالي، لذا ينبغي أن يكون أداء المحافظ المسؤولة أقل من أداء المحافظ غير المسؤولة، والسبب هو أن المساهمين في الشركات المسؤولة يتخلون عن عائد أرباح إضافي من أجل تمويل التأثيرات الخارجية للتخفيف من الآثار، وبموجب الدافع المالي، ينبغي أن يكون أداء المحافظ المسؤولة أقل من أداء المحافظ غير المسؤولة[1].

ان اهم ما يميز فواعد المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها من قواعد الأخلاق هو ان لكل من الشركات والمجتمع حقوق وواجبات متداخله اتجاه بعضهم البعض، بسبب كونهم جزء من المجتمع ونتيجة لعلاقاتهم المتداخلة مع بعضهم البعض، فانه يقع على الشركات مسؤوليات مالية وأخلاقية ملزمة ومن اهم ما يتعلق بمسؤولية الشركات المسائل المتعلقة بحقوق الإنسان وغيرها من المسائل، وبالتالي يجب محاسبة الشركات عن الإجحاف او الاضرار التي تسببها ومن أمثلة هذه المسؤولية هي حالة قيام شركة بنشر إعلانات لمستحضرات تجميل قد يكون له اضرار سلبية، وبهذا فيجب على الشركات ان تكشف عن المعلومات المتعلقة بالمنتج وان توفر دليل لمكوناته وطريقة استعماله، وذلك لأن الشركة ملتزمة أزاء الأفراد بمسؤوليتها الاجتماعية، قبل انعقاد مسؤوليتها القانونية عن الاضرار، فمن منطلق اخلاقي بجب على الشركات ان تتأكد من ان منتجها لا يتسبب اضرار، وعليه تتطلب المسؤولية الاجتماعية للشركات ان تقوم الأخيرة بأعمالها، بما يتوافق مع المسؤولية الأخلاقية قبل المسائلة القانونية، والتي يمكن للشركات ان تلتزم بها بمراعاة علاقة العمل وعلاقة الاضرار، وبهذا فان للمسؤولية الاجتماعية للشركات ترتبط بشكل مباشر بالمسؤولية الأخلاقية، حيث تثار المسؤولية الاجتماعية للشركات حينما لا تقوم الأخيرة بواجباتها الأخلاقية تجاه المجتمع، ومن افضل الامثلة على مثال على مسؤولية الشركة لتحقيق خدمة المجتمع هو سعي الشركات لتخفيف انبعاث غاز الكاربون للحد من الاضرار البيئية، السعي لتقديم تبرعات للأفراد، اذ لا بد من وجود قواعد عادلة ومنصفة للتجارة، والقيام بنشاطات يوافق عليها المجتمع ولا تضر بالبيئة، اضف الى ذلك وجود توسع كبير من قبل الشركات بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات[2].

بالاضافة الى ما تقدم لا بد للشركات من عملية افصاح طوعي و الذي هو محاولة حقيقية و جادة من قبل الوحدة الاقتصادية من اجل تقديم معلومات إضافية قد لا ينص عليها بصورة صريحة من اجل تقديم قدر أكبر من المعلومات للمستخدمين من اجل عدم لجوئه إلى مصادر أخرى في الحصول على المعلومات قد تكون غير صحيحة و مضللة[3].

نرى من جميع ما تقدم أذ ان المسؤولية الاجتماعية للشركات بمفهومها الاخلاقي هي عبارة عن واجب والتزام من قبل الشركات لتحقيق خدمة المجتمع بكافة أطيافه والبيئة التي تعمل فيها؛ فهي مفهوم أكثر شمولية وأوسع معنى، حيث تركز فيه على السلوك الأخلاقي، واحترام القوانين والأدوار الحكومية ودمج ذلك مع النشاطات اليومية للشركة، اذ ان اغلب الشركات تلتزم بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي يجب ان تحددها مجالس إدارات هذه الشركات ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم الشركات بتطبيقها.

---

[1] (Hong H, Shore E. 2023. Corporate social responsibility.Annu. Rev. Financial Econ. 15: Submitted. DOI: https://doi.org/10.1146/annurev-financial-111021-094347.

[2] د.سهام سوادي طعمة، المسؤولية الاجتماعية للشركات، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، المجلد(37)، العدد(2)، 2022، ص264.

[3] د.ريان هاشم حمدون، والباحثة: انجي عينة شكر، ضمانات تطبيق قواعد حوكمة الشركات واثارها، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد(13)، العدد(50)، 2024، ص322.

المطلب الثاني
مسؤولية قانونية

بعد ان تبلور بشكل واضح ومتنامي وجود إلتزام اجتماعي طوعي للشركات للقيام بمسؤوليتها الاجتماعية بدأت مجموعة من الافكار تتسلل الى النقابات والجمعيات والمنتديات هدفها تأسيس لأطر قانونية تنظم المسؤولية الاجتماعية للشركات، هذه الاطر يمكن تلمسها في موقف مجلس الاعمال العالمي والبنك الدولي، وغيرها من المنظمات والهيئات التي تبنت موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات.

فعلى المستوى الدولي تتحدد الالزام القانوني للشركات بتحمل مسؤوليتها في تحقيق خدمة المجتمع من خلال وجود للنص القانوني ومدى توافر الإطار التشريعي المؤسس للفكر القائم عليه هذا النص، كما توافر الإطار المؤسساتي القادر على تطبيق وتفعيل النصوص الملزمة للشركات بتقديم خدمات نفعية للمجتمع. اذ انه لم يكن الميثاق العالمي بعيداً عنها، باعتماده للعديد من الأدوات التشريعية الدولية، اذ تناولت بنود الميثاق العشرة إلزام الشركات بتلك الحقوق قد توزعت في مجالات أربع هي: حقوق الإنسان، والحقوق في العمل، إضافة لتلك المتعلقة بحماية البيئة ومكافحة الفساد، اذ ان تلك حقوق يمكن ربطهما بمحورين رئيسين، أولهما، يتناول الحقوق المرتبطة بالإنسان، كإنسان وكعامل. وثانيهما، يتناول الحقوق المرتبطة بالمجتمع، كمجتمع أخضر نزيه، اذ يتمثل الهدفان الرئيسان للميثاق العالمي في مجال الحقوق الإنسانية بإلزام الشركات بمبدأين متلازمين، أولهما دعم واحترام وحماية قواعد القانون الدولي المتصلة بحقوق الإنسان في إطار ممارستها ونشاطاتها، وثانيهما، السهر لأن يقوم أي من الأشخاص المنتمين لهذه الشركات في التورط بأفعال تفضي لانتهاك هذه الحقوق، بحيث يرتب الأول، التزام إيجابي، يتمثل بالقيام بفعل قوامه العمل على دعم واحترام وحماية القواعد الدولية المتصلة بحقوق الإنسان، في حين يؤسس الثاني الالتزام سلبي، يتعلق بالامتناع أصالة ونيابة من التورط بأفعال تفضي لانتهاك هذه الحقوق[1].

من كل ما تقدم يثار لدينا التساؤل الاتي هل يملك الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات صفة الزامية؟

ان التوجه التشاركي التحفيزي للميثاق، باعتباره اداة مساعدة لتحقيق اهداف المنظمة الاممية والذي يبدو للوهلة الاولى خالياً من الصفة القانونية الملزمة، لم يكن محض صدفة، كما لا يعتبر ترجمة حقيقية لإرادة ورغبة المشرع الاممي بل توجه لا يخرج في فلسفته عن النهج العام الذي تتبعه المنظمة في صياغة ادواتها ومخاطبة شركائها فضلاً عن ذلك ان الدول المنضوية تحت عضوية الامم المتحدة، ومن خلال الخطاب القانوني والذي قد يبدو مجردا من قوة الالزام، ولكنه مبطن بالقوة الناعمة، فمختلف المبادئ التوجيهية والتي جاء بها الميثاق رغم اعتمادها على المفهوم التطوعي الاختياري الا انها مع ذلك لم تهمل الجانب الالزامي، اذ ان المتمعن في مبادئ الميثاق يدرك جيدا ان هذه المبادئ لا تفتقد للمؤيد القانوني فالمشرع هنا وفر لهذه الحقوق العديد من الاليات القانونية الكفيلة بضمان تطبيقها بما يتلاءم وطبيعة القانون الدولي[2].

([1]) محمد عرفان الخطيب، طبيعة الجانب القانوني في المسؤولية الاجتماعية للشركات، ، بحث منشور في مجلة دراسات علوم شريعة وقانونية، المجلد(42)، العدد (3)، 2015، ص883.

([2]) د.نظام جبار طالب، وطيبة حبيب طاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات الاجنبية تحت مظلة الاتفاقات الإطارية الدولية ، بحث منشور مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، المجلد (14)العدد 59، 2017، ص179 .

من كل ما تقدم نرى بأن هذا النوع من المسؤولية يسير في الاتجاه الصحيح بعد هذا الاعلان، وان المسؤولية الاجتماعية للشركات بدات تتعاظم وتتضح معالمها تدريجياً وبالتالي هذا الفهم سيعزز الاعتقاد بأن هذهِ الافكار ستكون اللبنة الاولى لعمل لاحق اكثر قوة والزاما ذلك لصعوبة تقبل المفاهيم الحديثة بسهولة سيما وانها تمس الجانب المادي للشركات.

ومن جانب اخر أكد الميثاق العالمي على هذه الحقوق اذ أُدرج من البند السابع إلى البند التاسع منه، ألزم الميثاق العالمي الشركات باتباع سياسة الاقتصاد الأخضر، عبر دعوتها لاتخاذ كافة الإجراءات الكفيلة بحماية البيئة من الانبعاثات الضارة الناجمة عن صناعاتها ودعم كافة الجهود المبذولة استجابةً للتغير المناخي، إضافةً لاتخاذ إجراءات وقائية لمواجهة تحديات البيئة، والتوجه لتطوير التقنيات المستعملة في صناعاتها واعتماد تكنولوجيا نظيفة وصديقة للبيئة[1].

اما على صعيد على التشريعات الوطنية ففي الهند نجد مع تنفيذ قانون الشركات لعام (2013) اعتبارًا من (1/ نيسان/ 2014) أصبحت الهند الدولة الوحيدة في العالم التي لديها مسؤولية اجتماعية للشركات مشرعّة، وذلك من خلال نص المادة (135) من القانون المذكور، اذ مع وجود عتبة إنفاق تصل إلى 2.5 مليار دولار أمريكي ما يعادل (15000)(كرور روبية هندية)، ويشمل هذا الامر الشركات الأجنبية ايضا، التي يبلغ صافي قيمتها (500 كرور روبية هندية) أو حجم أعمالها (1000 كرور روبية هندية) أو صافي ربح لا يقل عن (5) كرور روبية هندية، تنفق ما لا يقل عن (2 %) من أرباحها على المسؤولية الاجتماعية للشركات، اذ كان من المأمول أن يغير هذا القانون الطريقة التي تدير بها الشركات الهندية أعمالها، وقد قامت الشركات بتعديل ما كانت تقوم به بالفعل من أجل أن توافق مع متطلبات القانون، وشمل هذا التعديل أيضًا إنشاء لجنة رسمية لمجموعة عمل تطوعية، و بالنسبة للشركات الأخرى، كانت الحاجة إلى النظر في مضاعفة إنفاقها على المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كبير مقارنة بما كانت تنفقه سابقًا، وقد قامت مثل هذه الشركات بتوسيع نطاق المبادرات التي كانت لديها بالفعل، وتكرار حلولها وفوائدها للسكان أوسع نطاقًا، وعلاوة على ذلك، اختارت النظر في مجالا ت جديدة وتجريب بعض المبادرات في السنة الأولى، والجدير بالذكر ان الهند فرضت المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المسار التشريعي، ودخلت المسؤولية الاجتماعية للشركات حيز التنفيذ في البلاد في الأول من نيسان عام 2014 والتشريع الذي فرضها هو قانون الشركات لعام (2013)، وقد حل هذا التشريع محل قانون الشركات السا بق لعام 1956[2].

وفي قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997 نجد نص المادة (74/أولًا) انطوى على شيء من إلزام الشركات باستخدام احتياطاتها المالية في تطوير أعمالها، تحسين أوضاع العاملين، ودعم مشاريع ذات صلة بنشاطها، بالإضافة إلى المساهمة في حماية البيئة والرعاية الاجتماعية، مع حظر توزيع الأرباح من هذا الاحتياطي. يعكس هذا النص مفهوم **المسؤولية الاجتماعية للشركات**، حيث يوجه الموارد المالية نحو تحقيق تنمية مستدامة بدلاً من تحقيق مكاسب قصيرة الأجل، من خلال الاستثمار في الموظفين والمجتمع، تساهم الشركات في تحسين جودة الحياة وتعزيز التكافل الاجتماعي. وبالتالي، يعزز هذا الالتزام دور الشركات كشركاء في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وليس فقط كمؤسسات ربحية، ويُظهر نص المادة (74/أولًا) التزامًا قانونيًا باستخدام الاحتياطي في أغراض محددة، لكنه لا يجعل **المسؤولية الاجتماعية إلزامية بشكل**

([1])محمد عرفان الخطيب، مصدر سابق، ص884

([2]) (Shreyes Krishnan M.Com., PGDBA.,and Dr.H.Nanjegowda M.Com., Ph.D., India's Experience in the CSR Space. Journal of Management, 6(1), 2019, pp. 31-38.

مباشر، بل يترك مجالًا للاختيار في بعض الجوانب، فبينما يمنع النص توزيع الأرباح من الاحتياطي، فإنه يحدد استخداماته في مجالات مثل تطوير الأعمال، تحسين أوضاع العاملين، وحماية البيئة، دون تحديد نسب أو آليات واضحة للإنفاق، كما أن بعض المصطلحات، مثل **"من أجل"**، توحي بتوجيه عام وليس بفرض قاطع، مما يعني أن الشركات يمكنها **التحرك وفق استراتيجياتها الخاصة** في المسؤولية الاجتماعية. وبالتالي، رغم تشجيع الشركات على المساهمة المجتمعية، فإن الالتزام بها يظل **اختياريًا ضمن إطار السياسات الداخلية لكل شركة**.

المبحث الثاني
التحديات القانونية المرتبطة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية

يواجه تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات تحديات قانونية متعددة، أبرزها غياب الإلزام القانوني الواضح في بعض الدول، مما يجعلها اختيارية أكثر من كونها التزامًا قانونيًا. كما يثير التداخل بين القوانين المحلية والدولية إشكاليات في الامتثال والتنفيذ، خاصة في البيئات التنظيمية المعقدة، بالإضافة إلى ذلك، قد يؤدي تضارب المصالح بين المساهمين والمسؤوليات الاجتماعية إلى نزاعات قانونية حول أولويات الشركة، كما تواجه الشركات تحديات في تفسير وتطبيق المعايير البيئية والحقوقية وفقًا للقوانين المتغيرة. أخيرًا، هناك صعوبات في مساءلة الشركات عن أفعالها الاجتماعية خارج نطاق ولاياتها القضائية.

ولغرض الاحاطة بجميع تفاصيل هذا المبحث اقتضى تقسيمه الى مطلبين: تناولت في الاول التحديات القانونية في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية، وتناولت في المطلب الثاني القصور التشريعي لقانون الشركات العراقي.

المطلب الأول
التحديات القانونية في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية

كي تنجح الشركات التجارية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية المنوطة بها بهدف تحقيق التمية المستدامة فان هناك عديد من العقبات التي لا بد من تجاوزها وتكمن في ضرورة إيمان القائمين على الشركة بقضية المسؤولية الاجتماعية للشركة نحو المجتمع لغرض تحقيق التنمية المستدامة، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل القائمين على تلك الشركات ابتداء من حملة الاسهم واعضاء مجلس الادارة، مروراً بمديريها التنفيذيين وانتهاء بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع والمحيط الذي تعمل فيه، وهو أمر لا تتفضل به الشركة على مجتمعها بل تفتخر به وتعتبر واجباً عليها، على ان يتم ذلك من خلال قيام الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلاً من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجود[1].

([1]) هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر الثاني حول " مواطنة الشركات والمؤسسات، والمسؤولية الاجتماعية " ، صنعاء، 24-25 يونيو 2009 ،ص13.

وتعتبر اتفاقيات الجات[1] وتحرير التجارة، من ابرز التحديات للشركات التجارية في تطبيق مسؤوليتها الاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال ما فرضته من زيادة المنافسة بين الشركات الوطنية والأجنبية ومن اخطرها رفع الحماية عن القطاع الخاص برمته، وتقليص الدعم الحكومي لذلك القطاع، وفي ذلك الاطار نجد ان التحديات المتعلقة بالشركات العاملة في الدولة العراقية تتلكأ تحقيق التنمية المستدامة من خلال مباشرتها لمسؤوليتها الاجتماعية وذلك كونها تعمل في قطاع ناشئ وعدم قدرته أو استعداده للقيام بمسؤولياته خاصة في مجال التشغيل وقيادة التنمية، وبالتالي فقد وجدت تحديات رئيسية في الدول العربية، يأتي في مقدمتها البطالة والفقر وتدهور مستويات المعيشة وعدم الملاءمة بين مخرجات التعليم واحتياجات سوق العمل[2].

ومن التحديات الاخرى التي تواجه الشركات في تنفيذ مسؤولياتها الاجتماعية صعوبة الفصل بين التكاليف الاجتماعية والاقتصادية للشركات نتيجة التداخل بينها في إدارة الشركات لأعمالها، مما يؤدى إلى مشاكل في كيفية حصر وقياس عوائد وتكاليف كل نشاط، وكل ذلك ناشئ من صعوبة تحديد وضع المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للشركات اذ هي عادة ما تكون اختيارية، وبالتالي تعد تكاليف إضافية للشركة، أو ضرورية، وبالتالي تعتبر مصدر للربح، وبصورة عامة تعد ضعف الثقافة العامة بالنسبة للمسئولية الاجتماعية للشركات حيث أنها تعتبر ممارسات حديثة بالنسبة للشركات ولا يوجد اجماع عالمي حول طبيعة المسؤولية الاجتماعية وطريقة تطبيقها، اذ عادة ما تسعى الشركات للنمو في ظل العولمة ولكنها تواجه تحديات جديدة تفرض قيودا على نموها، ومنها القيود الحكومية، التعريفات الجمركية، القيود البيئية والمعايير المختلفة التي تنظم وضع العمال وهو ما يدفع الشركات إلى تحمل تكاليف عالية والذى يجعل البعض يرى أن الاعتبارات الاخلاقية عائق للنمو، ولكن بعض الشركات الأخرى تستخدم المسؤولية الاجتماعية كوسيلة للحصول على الدعم العام مما يعطيها ميزة تنافسية تصنع لها شكلا من الدعاية[3].

ومن تلك التحديات ايضا عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات وهذا راجع الى غياب التنظيم لجهود معظم الشركات في هذا المجال، بالاضافة الى غياب ثقافة العطاء للتنمية المستدامة، حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال غير تنموية مرتبطة بإطعام الفقراء وتوزيع الملابس، دون التوجه إلى نحو

---

(1) اتفاقية الجات وجاءت اختصارا من (GATT – General Agreement on Tariffs and Trade) و هي اتفاقية دولية تم توقيعها عام 1947 بهدف تحرير التجارة العالمية من خلال تقليل الرسوم الجمركية وإزالة الحواجز التجارية بين الدول الأعضاء، كانت الجات بمثابة الإطار الرئيسي لتنظيم التجارة في السلع حتى إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) عام 1995، حيث تم استبدالها بشكل رسمي لكنها استمرت كأساس لقواعد التجارة الدولية، وبعد إنشاء منظمة التجارة العالمية، تم عقد عددا من الاتفاقيات اكثر تطورا منها الجاتس (GATS) لتحرير تجارة الخدمات، د.عصام الدين احمد اباظة، العولمة المصرفية، دار النهضة العربية، 2010، ص282 .

(2) د.محمد مصطفى عبدالصادق مرسي، المسؤولية الاجتماعية للشركات، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد(5)، 2108، 14 .

(3) أيهاب محمد يونس، دور الدولة والمسئولية الاجتماعية للشركات الجمعية المصرية للدراسات التجارية مصر، 2010، ص22.

مشاريع تنموية، وهذا الامر ناتج عن قلة الخبرة وخاصة قلة المعرفة والقدرة العلمية على وضع معايير لقياس المجهودات، اذ انه يوجد حتى الآن خلط بين المسؤولية الاجتماعية والاعمال الخيرية نتيجة قلة الخبرة[1].

ومن جانب اخر فان الشركات العسكرية والامنية الخاصة التي تمارس دورا محوريا في تحقيق أجندات وأهداف ً القوى الدولية في مناطق النفوذ لتعظيم مصالحها الاستراتيجية. ومع تعدد الادوار التي تقو م بها تلك الشركات، ازداد الاعتماد عليها لتكون بمثابة أداة رئيسة للسياسة القوى الدولية لتحقيق أهداف جيوسياسية وجيواستراتيجية في بعض مناطق نفوذها اذ يمكن اعتبار نشاط هذه الشركات يتنافى مع المبدأ العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات[2].

من كل ما تقدم يرى الباحث انه يجب ان يصبح النشاط الاجتماعي جزءاً رئيسياً من أنشطة الشركات يتم متابعته من قبل حملة الجمعية العامة الشركة، كما يتم متابعة النشاطات التجارية، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماماً كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية، كون انه على الرغم من التسهيلات والحوافز التشريعية والمالية والاستثمارية التي عادة ما توفرها الدولة للشركات التجارية لغرض القيام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية بهدف تحقيق التنمية الاجتماعية، تظل هناك بعض العوامل الموروثة لإعاقة عمل القطاع الخاص، وعدم إعطاؤه المرونة الكافية للنمو خاصة إذا كانت هذه الأعمال موجهة للتنمية الاجتماعية.

المطلب الثاني
القصور التشريعي في قانون الشركات العراقي

من خلال الخوض في التشريعات العراقية نجد ان المشرع العراقي قد الزام الشركات بالقيام بمسؤوليتها الاجتماعية وذلك من خلال النص في المادة (الأولى) من قانون رقم (101) لسنة 1964 والتي نصت على" توزع الأرباح المعدة للتوزيع في الشركات المساهمة والشركات ذات المسؤولية المحدودة والمشاريع الصناعية الفردية المشمولة بقانون التنمية الصناعية والمشاريع الصناعية الحكومية والشركات والمؤسسات التابعة للمؤسسة الاقتصادية في قانون المؤسسة الاقتصادية وعلى الوجه الاتي:
(أولا/ب/2) "5 % من الأرباح تخصص للخدمات الاجتماعية والإسكان طبقا لما يقرره مجلس إدارة المشروع او ادارته بالاتفاق مع نقابة عمال الشركة"[3].
وقد تم تعديل القانون المذكور بالقانون رقم (157) لسنة 1969 والذي عرف باسم قانون تعديل قانون تنظيم توزيع الارباح في الشركات رقم 101 لسنة 1964 حيث نصت المادة (4/1) منه على" تخصص 4% لأغراض المعونة الاجتماعية على ان يصدر قانون ينظم هذه المعونة وكيفية التصرف بالمبالغ المخصصة لها"

اما في قانون الشركات العراقي رقم (21) لسنة 1997 لم يحتوي على نص ملزم للشركات بالانفاق في اوجه المسؤولية الاجتماعية، الا انه جاء في نص المادة (74/ اولا) والتي نصت على" يستخدم الاحتياطي

([1]) غضبان حسام الدين، محاضرات في نظريةٌ الحوكة، دار الحنان للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، 2015، ص139.

(2) د. ازهار عبدالله حسن، استراتيجية التوظيف الروسي للشركات الامنية والعسكرية الخاصة، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد(14)، العدد(52)، 2025، ص33.

([3]) قانون رقم (101) لسنة 1964 قانون تنظيم توزيع الارباح في الشركات منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد(975) في 14/ 7/ 1964.

لاغراض توسيع وتطوير اعمال الشركة، ومن اجل تحسين اوضاع العاملين فيها، ومن اجل الاشتراك في مشاريع لها علاقة بنشاط الشركة، ومن اجل المساهمة في حماية البيئة وبرامج الرعاية الاجتماعية، لا توزع الارباح من الاحتياطي" [1].

أي انه اجار القانون للجمعية العامة أن تقرر تجنيب أرباح بناء على اقتراح مقدم من مجلس الإدارة يخصص من الممكن ان يخصص للمساهمات الاجتماعية للعاملين بالشركة، حيث تضع الشركة سياسة واضحة عن مسئوليتها الاجتماعية والبيئية وعن التزاماتها المستمرة في المساهمة في التنمية الاقتصادية والمجتمعية. وتحتوى عادة على تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركة من خلال تحديد نطاق عمل الشركة فيما يخص مسئوليتها الاجتماعية ومنها مسئولية الشركة تجاه أصحاب المصالح، العاملين الموردين العملاء ويتم ذلك كله من خلال رفع توصياتها بشأن سبل الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والبيئة التي تعمل فيها الشركة، مما يضمن استدامة الشركة على المدى الطويل وزيادة ارتباطها بالمجتمع، ويكون للجمعية العامة وبناء على اقتراح مجلس الإدارة تكوين احتياطات أخرى تعرف باسم الاحتياطات الاختيارية تستخدم لمواجهة ظروف غير متوقعة أو نفقات غير منظورة أو أي استخدامات أخرى[2].

من خلال تحليل نصوص قانون رقم (101) لسنة 1964 (قانون تنظيم توزيع الأرباح في الشركات) وقانون الشركات رقم (21) لسنة 1997 نجد انهما يطبقان على ما يتعلق بالشركات، لكن نجد ان قانون 101 لسنة 1964 يركز على تنظيم توزيع الأرباح وبعض الجوانب الاجتماعية المتعلقة بالشركات، اما قانون 21 لسنة 1997 هو قانون شامل ينظم تأسيس الشركات، إدارتها، وتنظيم أنشطتها التجارية، وكما هو معروف إذا كان قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 ينص على أحكام محددة تتعارض مع قانون 101 لسنة 1964، فإن قانون 21 (بصفته الأحدث) تكون له الأولوية وفقاً لمبدأ التسلسل الزمني في التشريعات، واستندا الى المادة (220/ اولا) منه التي نصت على لا يجوز العمل باي نص يتعارض مع ، بالإضافة الى أن قانون الشركات عادة ما تكون أشمل وأكثر تحديثًا، مما يعني أنها تُعد مرجعًا رئيسيًا، اما بالنسبة لتوزيع الأرباح فان قانون 21 لسنة 1997 يتناول توزيع الأرباح بطريقة، ولم يتطرق الى مسائل خدمة المجتمع بشكل مباشر وانما يعطي الأولوية لاستخدام الأرباح حسب قرار الجمعية العامة للشركة دون فرض نسب أو قيود اجتماعية.

ان قانون الشركات العراقي رقم 21 لسنة 1997 لا يفرض أي التزام قانوني على الشركات للقيام بمبادرات المسؤولية الاجتماعية، سوى ما نصت عليه المادة (74) من القانون المذكور ورغم أن بعض الشركات، لا سيما في قطاعي النفط والمصارف، بدأت تتبنى مبادرات تطوعية لدعم المجتمع، إلا أن ذلك لا يأتي ضمن متطلبات قانونية محددة، هناك بعض النصوص القانونية في العراق التي يمكن تفسيرها على أنها تشجع الشركات على تبني ممارسات مسؤولة، مثل الأحكام المتعلقة بحوكمة الشركات والشفافية وحماية حقوق المساهمين، إلا أنها لا تتضمن أي إلزام مباشر لإنفاق نسبة معينة من الأرباح في .كما أن غياب نظام رقابي واضح يجعل مساهمة الشركات في التنمية الاجتماعية مسألة خاضعة لمصالحها الاقتصادية وليس لالتزام

([1]) المادة (73 أولاً) من قانون الشركات العراقي رقم 21 لسنة 1997 المعدل، والتي نصت على " يوزع الربح الصافي للشركة بعد استيفاء جميع الاستقطاعات القانونية على الوجه الاتي :اولا – 5% خمس من المئة في الاقل كاحتياطي الزامي حتى يبلغ 50% خمسين من المئة من راس المال المدفوع، ويجوز بقرار من الهيئة العامة الاستمرار في الاستقطاع لحساب الاحتياطي الالزامي بما ال يتجاوز 100% مئة من المئة من راس المال المدفوع"

([2]) د. سميحة القليوبي، الشركات التجارية، ط 7، دار النهضة العربية، 2016، ص 1140.

قانوني، باستثناء ما نص عليه قانون توزيع الأرباح رقم (101) لسنة 1964 وتعديلاته الذي لا أرى أي تطبيق له في الوقت الحالي سوى بعض المبادرات بشكل رئيسي في القطاعات التي ترتبط بعقود حكومية أو استثمارات أجنبية، مثل شركات النفط التي تفرض عليها بعض الاتفاقيات الدولية المساهمة في تنمية المجتمعات المحلية. ومع ذلك، فإن غياب إطار قانوني ملزم جعل المساهمات محدودة وغير منتظمة

الخاتمة

بعد ان خلصنا من مباحث هذا البحث خلصت الى خاتمة تمثلت في عدد من النتائج والتوصيات

أولا: النتائج

1- لا يوجد اجماع على تعريف جامع ومانع للمقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، الا ان تلك المسؤولية تكتسب بموجب قوة الزام قانونية وطنية أو دولية ووجدت أساس لها في قانون الشركات ولائحة الحوكمة، ولا تزال هذه المسؤولية أدبية ومعنوية.

2- هناك عدد من الصعوبات والمشكلات التي تواجه المسؤولية الاجتماعية منها عوامل موروثة وعوامل معاصرة وصعوبات بين التكاليف الاجتماعية والاقتصادية للشركات، وعوامل تتعمق بالقطاع الخاص نفسه، فعلى الرغم من قيام بعض الشركات باعمال خيرية الا انه لم تترسخ المسؤولية الاجتماعية ضمن مبادئها واهدافها ورؤيتها.

3- تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلى والشركات معا وتتمثل في تقديم سلع و منتجات صحية للمجتمع و المحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث و زيادة ولاء الموظفين و تمتع الشركة بالمصداقية و خلق علاقات جيدة مع المساهمين و غيرهم من أصحاب المصالح

4- ان الاساس القانوني للمسؤولية الاجتماعية هو العقد الاجتماعي اذ ان الشركات تلتزم بالمحافظة على البيئة واحترام حقوق الانسان بموجب عقد غير مكتوب يتطلع المجتمع لالتزام الشركات به وهو في ذات الوقت يكون سببا لحصول الشركة على ارباح في حال الالتزام بها.

ثانيا: التوصيات

1- نوصي بالاهتمام بالتوعية بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في خدمة المجتمع واصدار تشريعات تنظم المسؤولية الاجتماعية ووضع ضوابط لها.

2-نوصي بإصدار تشريعات تشجع الشركات على القيام بأنشطة اجتماعية بهدف تحقيق التنمية المستدامة على سبيل المثال اصدار بعض السماح الضريبية للشركات على مقدار ما تقوم به اعمال تندرج تحت مسمى المسؤولية الاجتماعية او استخدامها للتكنولوجيا الحديثة التي تضمن تطبيق التنمية المستدامة .

3- نوصي بقيام الجهات المعنية بتوفير البنية التحتية اللازمة لأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية وعلى وجه الخصوص توفير الأنظمة اللازمة وتوفير الدراسات والمعلومات على ضوء الاحتياجات الفعلية للمجتمع.

4- **نوصي** بضرورة وجود ادارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركات تتولى تخطيط وتنفيذ والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، على أن تتبع الإدارة العليا مباشرة، وتبادل الخبرة والتجارب العملية فيما بينها والتعرف على نقاط القوة والضعف لتطبيق أفضل الأساليب جدوى في مجالات المسؤولية الاجتماعية.

5- نوصي بتشكيل جهات مستقلة للإشراف على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، ومراقبة مدى توافقها مع المعايير البيئية والاجتماعية، وفرض عقوبات على الشركات المخالفة.

المصادر

اولا: الكتب

1-ابراهيم بدر الصبيحات اخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية ، دار الجنان للنشر والتوزيع، 2017
2- آمنة بنت مهنا السندي ، توزيعُ الأرباح ف شركات المساهمة ،دراسة مقارنة ، دار الكتاب الجامعي، 2017.
3-أيهاب محمد يونس، دور الدولة والمسؤولية الاجتماعية للشركات الجمعية المصرية للدراسات التجارية مصر، 2010.
4-سميحة القليوبي، الشركات التجارية، ط 7، دار النهضة العربية، 2016.
5- عصام الدين احمد اباظة، العولمة المصرفية، دار النهضة العربية، 2010.
6- غضبان حسام الدين، محاضرات في نظريةٌ الحوكة، دار الحنان للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، 2015.
7- محمد مدحت ابو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015.

ثانيا: البحوث المنشورة

1-ازهار عبدالله حسن، استراتيجية التوظيف الروسي للشركات الامنية والعسكرية الخاصة، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد(14)، العدد(52)، 2025.
2- ريان هاشم حمدون، والباحثة: انجي عينة شكر، ضمانات تطبيق قواعد حوكمة الشركات واثارها، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد(13)، العدد(50)، 2024.
3-سهام سوادي طعمة، المسؤولية الاجتماعية للشركات، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، المجلد(37)، العدد(2)، 2022.
4-صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية ، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية 23 - 25 مارس 2009 ، بيروت، الجمهورية اللبنانية.
5-محمد عرفان الخطيب، طبيعة الجانب القانوني في المسؤولية الاجتماعية للشركات، ، بحث منشور في مجلة دراسات علوم شريعة وقانونية، المجلد(42)، العدد (3)، 2015.
6-محمد مصطفى عبدالصادق مرسي، المسؤولية الاجتماعية للشركات، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد(5)، 2108،
7-نظام جبار طالب، وطيبة حبيب طاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات الاجنبية تحت مظلة الاتفاقات الإطارية الدولية ، بحث منشور مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، المجلد (14)العدد 59، 2017.
8-هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر الثاني حول " مواطنة الشركات والمؤسسات، والمسؤولية الاجتماعية " ، صنعاء، 24-25 يونيو 2009.

ثالثا: القوانين

1-قانون تنظيم توزيع الارباح في الشركات رقم (101) لسنة 1964
2-قانون الشركات العراقي رقم 21 لسنة 1997
3- قانون الشركات الهندي لعام 2013" Companies Act

رابعا: المصادر الاجنبية

1-Hong H, Shore E. 2023. Corporate social responsibility.Annu. Rev. Financial Econ. 15: Submitted. DOI: https://doi.org/10.1146/annurev-financial-111021-094347.

2- Shreyes Krishnan M.Com., PGDBA.,and Dr.H.Nanjegowda M.Com., Ph.D., India's Experience in the CSR Space. Journal of Management, 6(1), 2019,

خامسا: مواقع الانترنت

1-www.maaal.com/