

الاطار القانوني للمسؤولية الاجتماعية للشركات
The Legal Framework of Corporate Social Responsibility

بحث مقدم من قبل

الاستاذ المساعد الدكتور عقيل كريم زغير

كلية القانون/ جامعة كربلاء

Aqeel.k@uokerbala.edu.iq

الخلاصة :

اكتسب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) اهتمامًا كبيرًا في المشهد التجاري العالمي حيث تسعى الشركات إلى موازنة أهدافها الاقتصادية مع الاعتبارات الاجتماعية والبيئية. وباعتبارها المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي والتنمية، فمن المتوقع أن تتبنى هذه الكيانات نهجًا أكثر شمولاً لا يأخذ في الاعتبار الأداء المالي فحسب، بل وأيضًا تأثيراتها الاجتماعية والبيئية. في سياق العراق، تمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات أداة مهمة للتخفيف من التحول الاقتصادي الذي شهده العراق مؤخرًا وتأثيرات العولمة، حيث يشكل القطاع الخاص والشركات العمود الفقري للاقتصاد الوطني. ومع ذلك، فإن دور المسؤولية الاجتماعية للشركات والسياسات المحيطة بها لا تزال موضع جدل وغموض كبيرين، وخاصة فيما يتعلق بأسسها وطبيعتها القانونية. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليل شامل للعناصر الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مع التركيز بشكل خاص على الجوانب القانونية، وموقف المشرع العراقي منها. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، التنمية المستدامة، الشركات التجارية.

Abstract:

Corporate Social Responsibility (CSR) has gained significant attention in the global business landscape as companies strive to balance their economic objectives with social and environmental considerations. As the primary drivers of economic growth and development, these entities are expected to adopt a more holistic approach considering financial performance and its social and environmental impacts. In Iraq, corporate social responsibility represents a crucial tool for mitigating the economic transformation that Iraq has recently witnessed and the impacts of globalisation, as the private sector and companies constitute the backbone of the national economy. However, corporate social responsibility's role and policies remain subject to considerable debate and ambiguity, particularly regarding their legal foundations and nature. This study aims to provide a comprehensive analysis of the critical elements of corporate social responsibility, specifically focusing on the legal aspects and the Iraqi legislator's stance concerning the matter.

Keywords: Corporate Social Responsibility CSR, Sustainable Development, Companies.

المقدمة

في ظل التحولات العالمية، تأثرت مختلف جوانب المجتمع بتغيرات اقتصادية واجتماعية وسياسية. فقد تركت الحكومات بعض أدوارها الاقتصادية والخدمية، مما أدى إلى تزايد أهمية الشركات والقطاع الخاص بدلاً من الدولة في تبني المبادرات الاجتماعية للتخفيف من سيطرة العولمة والمساهمة في التنمية الاجتماعية والبيئية. ورغم التوقعات بتقليل الدور الاجتماعي للشركات بعد تحولها للملكية الخاصة، إلا أن التجارب أظهرت أن الالتزام الاجتماعي يمكن أن يعود بالفائدة على الشركات من حيث الربح والإنتاج. واجهت الشركات ضغوطاً كبيرة نتيجة التحديات الناجمة عن تلك التغييرات إلا أن الشركات، في الوقت الحالي، تدرك أهمية مسؤولياتها الاجتماعية، وتعمل على تحسين سمعتها من خلال اعتماد استراتيجيات مختلفة وتأكيد مسؤولياتها الاجتماعية التي تدعم المجتمع اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وبيئياً. هذا الارتباط القائم بين المسؤولية الاجتماعية والنجاح الاقتصادي يجعل اهتمام الشركات بهذه الجوانب أمراً أساسياً للحد من الفقر، وتعزيز عمليات التوظيف والتدريب، والمساهمة في التنمية الاقتصادية والبشرية. ومن هنا بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت الشركات تغير من نظرتها إلى المجتمع والبيئة، في محاولة منها لتحسين صورتها وللعب دور فاعل وإيجابي في المجتمع.

مشكلة البحث: على الرغم من الاهتمام المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في السنوات الأخيرة، فلا يزال هناك جدل وخلاف حول ماهية هذا المفهوم وحدود التزامات الشركات تجاه المجتمع والبيئة. وكذلك عدم وضوح الأطر القانونية والتنظيمية التي تحكم هذا المفهوم وتطبيقاته العملية، بالإضافة إلى غياب التشريعات والسياسات الحكومية الداعمة لتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية، حيث لا تتخذ الحكومات مواقف واضحة وفاعلة لتنظيم وتعزيز هذه الممارسات في القطاع الخاص. لذلك برزت الحاجة إلى مزيد من الدراسات والبحوث التي تساهم في توضيح الأطر القانونية والتنظيمية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وتقديم توصيات لصناع القرار لتعزيز التطبيق الفعال لهذا المفهوم بشكل عام وفي العراق بشكل خاص. وهذا ما تم دراسته في هذا البحث وفق الخطة التالية:

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR

المبحث الثاني: نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات وتمييزها عما يشتهر بها

المبحث الثالث: الأساس القانوني والطبيعة القانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات وموقف المشرع العراقي منها.

المبحث الأول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات Corporate Social Responsibility

نتناول في هذا المبحث تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات بعد استعراض مراحل التطور التاريخي لها فضلاً عن شرح أهم مزاياها مقسم على ثلاثة مطالب نتناولها بالتتابع بالاتي:

المطلب الأول: التطور التاريخي وأسباب ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات

الفرع الأول: التطور التاريخي

تاريخياً⁽¹⁾ يمكن القول إن الموجة الحالية من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات تعود إلى أوائل التسعينيات، وهي مجرد مظهر جديد لنقاش طويل الأمد حول العلاقة بين الأعمال التجارية والمجتمع منذ ظهور الشركات في أواخر القرن التاسع عشر، وقد استمر هذا النقاش خلال الفترات التي كانت فيها قوة الشركات في صعود وفترات التي يحاول فيها المجتمع تنظيم نمو قوة الشركات. وفي هذه الفترات بالذات أصبحت الشركات عرضة للانتقادات العامة ومحاولات التنظيم، لذا سعت إلى إعادة ترسيخ شرعيتها من خلال تبني استراتيجيات على غرار المسؤولية الاجتماعية للشركات.

في أواخر القرن التاسع عشر، أدى ظهور الشركات الكبيرة الولايات المتحدة الأمريكية إلى تطور حركة مكافحة الاحتكار. وفي الرد على ذلك، أكدت الشركات على مسؤوليتها من خلال تبني العمل الخيري من أجل إثبات أن التنظيم الحكومي لم يكن ضرورياً. ومع ذلك، في ثلاثينيات القرن العشرين، أنتج الكساد الكبير موجة ثانية من التنظيم في الولايات المتحدة الأمريكية والتأميم والتنظيم من قبل الحكومات العمالية

بعد الحرب في المملكة المتحدة. خلال أواخر الستينيات والسبعينيات، أدت موجة جديدة من القلق بشأن الآثار الاجتماعية والبيئية المتزايدة للشركات عبر الوطنية في فترة ما بعد الحرب إلى فترة ثلاثة من الجهود المتزايدة لتنظيم نشاط الشركات. إذ أثارت سلسلة من الكشف عن أنشطة بعض الشركات الأمريكية قلقاً كبيراً. على سبيل المثال، تم الكشف عن تورط شركة ITT الأمريكية في محاولة الإطاحة بحكومة الليندي المنتخبة ديمقراطياً في تشيلي. وبشكل أكثر عمومية، بدأت الشركات الأمريكية في استغلال اقتصادات البلدان النامية في جميع أنحاء العالم بشكل منهجي. ولأول مرة، أصبح تنظيم نشاط الشركات قضية دولية، مع محاولات داخل الأمم المتحدة لوضع قواعد سلوك لأنشطة الشركات عبر الوطنية.

قاومت الشركات والحكومات محاولات التنظيم الإلزامي لأنشطة الشركات عبر الوطنية، واقترحت التنظيم الذاتي كبديل. أطلقت غرفة التجارة الدولية، التي تمثل الشركات عبر الوطنية الكبرى، مبادئها التوجيهية للاستثمار الدولي في عام 1972، واعتمدت عدد من الشركات الأمريكية الكبرى مدونات لقواعد السلوك. كما ظهر عدد من الاتفاقيات المتعددة الأطراف الأخرى في السبعينيات، برعاية منظمة العمل الدولية، والأمم المتحدة، ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، ومنظمات دولية أخرى.

أدت إعادة الهيكلة العالمية خلال الثمانينيات وصعود الليبرالية الجديدة إلى تحول كبير بعيداً عن تدخل الدولة في كل من البلدان المتقدمة والنامية. وقد انعكس هذا الاتجاه في السياسات الوطنية تجاه الشركات عبر الوطنية إذ توجهت إلى المنافسة الشديدة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. وقد مكّنت زيادة حركة رأس المال الشركات عبر الوطنية من "استغلال الاختلافات التنظيمية بين الدول من خلال (إعادة) تحديد مواقع (أو التهديد بنقل) مرافقها الإنتاجية في بلدان ذات أنظمة أكثر ملاءمة". وبحلول الثمانينيات، أصبح من الواضح أن المبادرات والاتفاقيات المتعددة الأطراف المختلفة التي تم تقديمها في العقد الماضي لم تفعل سوى القليل أو لا شيء على الإطلاق لمعالجة قوة الشركات.

خلال التسعينيات، تصاعدت الانتقادات الموجهة إلى ممارسات الشركات. حيث ظهرت سلسلة من فضائح الشركات في الولايات المتحدة. حدثت العديد من الكوارث البيئية التي سببتها الشركات العالمية. كما أن الوعي باستخدام المصانع المستغلة للعمال وعمالة الأطفال في البلدان النامية اجتذب اهتمام الناشطين المجتمعيين في المجتمعات المتقدمة. ولذلك شهدت التسعينيات انفجاراً في نشاط الجماعات المدنية، مما أدى إلى احتجاجات ضد الشركات والتعامل معها. وجاءت المطالبة بمسؤولية اجتماعية أكبر من مجموعة واسعة من المصادر، بما في ذلك نقابات العمال الدولية، والمنظمات غير الحكومية التنموية، ومنظمات حقوق الإنسان، والجماعات البيئية. اضطرت الشركات مرة أخرى إلى الاستجابة للدعاية السيئة المحيطة بأنشطتها. وقد ظهر خطاب وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات جزئياً كاستجابة مباشرة لهذه الضغوط.

الفرع الثاني: أسباب ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات

إن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تطورت بمرور الوقت، مما يعكس التوقعات المجتمعية المتغيرة والاعتراف المتزايد بالدور الذي تلعبه الشركات في مواجهة التحديات الاجتماعية والبيئية، ويمكن إرجاع أسباب ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى عدة معالم رئيسية:

1. العمل الخيري المبكر (أواخر القرن التاسع عشر إلى أوائل القرن العشرين): في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، انخرط بعض قادة الأعمال في أعمال خيرية، حيث تبرعوا بجزء من ثرواتهم لقضايا خيرية. أنشأ الصناعيون مثل أندرو كارنيجي وجون دي روكفلر مؤسسات وتبرعوا بمبالغ كبيرة للتعليم والرعاية الصحية والمبادرات الاجتماعية الأخرى. وفي حين كان يُنظر إلى هذه الأفعال على أنها طوعية وتستند إلى قيم شخصية، إلا أنها وضعت الأساس لمناقشات لاحقة حول مسؤولية الشركات.⁽²⁾

2. صعود الحركات العمالية (من أوائل إلى منتصف القرن العشرين):

ومع صعود الحركات والنقابات العمالية، بدأ العمال يطالبون بظروف عمل أفضل، وأجور عادلة، وتحسين الحماية الاجتماعية. لعبت الحركات العمالية دوراً حاسماً في الدفاع عن حقوق العمال ولفت الانتباه إلى القضايا الاجتماعية المتعلقة بالممارسات التجارية.⁽³⁾

3. النشاط الاجتماعي وتوعية المستهلك (الستينيات والسبعينيات):

شهدت فترة الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي طفرة في النشاط الاجتماعي وزيادة وعي المستهلك بتأثير الشركات على المجتمع. أثارت الكوارث البيئية، مثل تسرب النفط في سانتا باربرا في عام 1969، مخاوف بشأن مساءلة الشركات والإشراف البيئي. استهدفت حركات المستهلكين والمقاطعات الشركات المتورطة في ممارسات غير أخلاقية، مما أدى إلى مزيد من التدقيق العام في سلوك الشركات.⁽⁴⁾

4. نظرية أصحاب المصلحة (الثمانينيات):

في الثمانينيات، بدأ الأكاديميون والباحثون في الترويج لفكرة أن الشركات لديها مسؤوليات تتجاوز تعظيم قيمة المساهمين. ظهر مفهوم نظرية أصحاب المصلحة، مما يشير إلى أن الشركات يجب أن تأخذ في الاعتبار مصالح مختلف أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمجتمعات والبيئة، في عمليات صنع القرار الخاصة بهم.⁽⁵⁾

5. العولمة والاستدامة (التسعينيات):

شهدت التسعينيات زيادة في العولمة والاعتراف المتزايد بأوجه الترابط بين الشركات والمجتمع والبيئة. واكتسبت المخاوف بشأن تغير المناخ، وحقوق الإنسان، ومعايير العمل، وممارسات سلسلة التوريد أهمية كبيرة. وقد شجع الاتفاق العالمي للأمم المتحدة، الذي تم إطلاقه في عام 2000، الشركات على تبني ممارسات مستدامة ومسؤولة اجتماعياً.⁽⁶⁾

6. إضفاء الطابع المؤسسي وإعداد التقارير (العقد الأول من القرن الحادي والعشرين):

في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، بدأ إضفاء الطابع المؤسسي على المسؤولية الاجتماعية للشركات داخل الشركات. أنشأت العديد من الشركات أقساماً مخصصة للمسؤولية الاجتماعية للشركات أو دمجت الاستدامة في استراتيجيات أعمالها الأساسية. تم تطوير أطر إعداد التقارير، مثل مبادرة إعداد التقارير العالمية (GRI) ومؤشر داو جونز للاستدامة، لتوفير مبادئ توجيهية لقياس أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها.⁽⁷⁾

7. التطور نحو القيمة المشتركة والاستثمار المؤثر (2010 وما بعده):

وفي السنوات الأخيرة، حدث تحول نحو مفهوم القيمة المشتركة، الذي يؤكد على دمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نماذج الأعمال لخلق قيمة مجتمعية واقتصادية. بالإضافة إلى ذلك، اكتسب الاستثمار المؤثر زخماً، مع التركيز على الاستثمارات التي تولد تأثيرات اجتماعية وبيئية إيجابية إلى جانب العوائد المالية.⁽⁸⁾

ومن الجدير بالملاحظة، أن التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية للشركات يختلف باختلاف المناطق والصناعات. اذ تبنت مختلف البلدان أساليب مختلفة، وتستمر ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في التطور استجابة للتحديات والتوقعات الناشئة. واليوم، أصبح من المعترف به على نطاق واسع أن المسؤولية الاجتماعية للشركات جزء لا يتجزأ من ممارسات الأعمال المستدامة، حيث من المتوقع بشكل متزايد أن تعالج الشركات القضايا الاجتماعية والبيئية والحوكمة في عملياتها. عليه سوف نقسم هذه الدراسة على ثلاثة مباحث كالتالي:

المطلب الثاني: التعريف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات Corporate Social Responsibility CSR

الفرع الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات

ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) موضوع نقاش كبير بين الفقه، بمعنى أنه لا يوجد تعريف مشترك ولا نموذج مهيمن في الواقع الأكاديمي.⁽⁹⁾ وعلى الرغم من أنه يتضمنه هذا المصطلح، إلا أن المفاهيم ذات الصلة مثل أخلاقيات العمل، ومواطنة الشركات، والأداء الاجتماعي

للشركات تتنافس لتحل محله. إذ ترتبط كل هذه المصطلحات بطريقة أو بأخرى من حيث أنها تحتوي على مواضيع أساسية مثل المجتمع والأخلاق والمساءلة. كما أنها تشير أيضاً إلى مجموعة السياسات والممارسات والاستثمارات والنتائج الملموسة التي تنشرها وتحققها شركة تجارية في السعي لتحقيق مصالح أصحاب المصلحة.⁽¹⁰⁾

وقد عرّف معهد المديرين في المملكة المتحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها تجاوز الالتزامات القانونية لإدارة التأثير الذي تحدثه الشركات على البيئة والمجتمع. على وجه الخصوص، كيفية تفاعل الشركات مع موظفيها ومورديها وعملائها والمجتمعات التي تعمل فيها، بالإضافة إلى مدى محاولتها حماية البيئة.⁽¹¹⁾

كما أن المفوضية الأوروبية المعنية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات عرفت المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها "مسؤولية الشركات عن تأثيرها على المجتمع". ويعتبر احترام التشريعات المعمول بها، والاتفاقات الجماعية بين الشركاء الاجتماعيين، شرطاً أساسياً للوفاء بهذه المسؤولية. وللوفاء بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كامل، يجب على الشركات دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والأخلاقية وحقوق الإنسان والمستهلكين في عملياتها التجارية واستراتيجيتها الأساسية بالتعاون الوثيق مع أصحاب المصلحة، بهدف: تعظيم خلق قيمة مشتركة لأصحابها (المساهمين) وأصحاب المصلحة الآخرين والمجتمع ككل، وتحديد ومنع وتخفيف آثارها السلبية المحتملة.⁽¹²⁾ وعرفت المسؤولية الاجتماعية للشركات أيضاً على أنها ممارسة تنظيمية تتناول المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والبيئية والمجتمعية للمنظمة في علاقاتها مع أصحاب المصلحة والمجتمع الأكبر.⁽¹³⁾

من هذه التعريفات يتبين أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يركز على التنظيم الذاتي للشركات المرتبط بشكل رئيسي بالقضايا الأخلاقية، وحقوق الإنسان، والصحة والسلامة، وحماية البيئة، وإعداد التقارير الاجتماعية والبيئية، والمبادرات التطوعية التي تنطوي على دعم المشاريع المجتمعية والعمل الخيري.⁽¹⁴⁾

إلا أن التعريف الأكثر شهرة للمسؤولية الاجتماعية للشركات هو تعريف كارول إذ تم استخدامه من قبل الباحثين والحقوقيين لأكثر من عقدين من الزمن، حيث تناول كارول الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية للشركات لتوضيح الطبيعة المتطورة والمشاكل المتعلقة بتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي حددها كارول بأنها اقتصادية، وقانونية، وأخلاقية، وخيرية ومن ثم عرف المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها التوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية التي يضعها المجتمع على المنظمات في وقت معين.⁽¹⁵⁾

بالتالي يمكننا تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بأنها الإجراءات والمبادرات التطوعية التي تتخذها الشركات لمعالجة الآثار الاجتماعية والبيئية والاقتصادية لعملياتها التجارية، بهدف المساهمة في رفاهية المجتمع والبيئة، بما يتماشى أيضاً مع المصالح طويلة المدى للشركة وأصحاب المصلحة فيها.

الفرع الثاني: جوانب المسؤولية الاجتماعية للشركات

من تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات هناك العديد من الجوانب الرئيسية التي تبين الطبيعة المتعددة الأوجه للمسؤولية الاجتماعية للشركات والتوقعات الملقاة على عاتق الشركات لتكون مسؤولة اجتماعياً وبيئياً وهي:⁽¹⁶⁾

1- توجيه أصحاب المصلحة:

تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات مراعاة مصالح واحتياجات مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعلماء والموردين والمجتمعات المحلية والبيئة، وليس المساهمين فقط. إذ أن تحقيق التوازن بين مصالح أصحاب المصلحة المتعددين هو جانب أساسي من المسؤولية الاجتماعية للشركات.⁽¹⁷⁾

2- الأعمال التطوعية:

تشير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الإجراءات والمبادرات التطوعية للشركات التي تتجاوز المتطلبات القانونية والامتثال التنظيمي. حيث تشارك الشركات في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات بمحض اختيارها، وليس بتفويض من القانون.⁽¹⁸⁾

3- الخط الأساسي الثلاثي:

يعتبر مفهوم المحصلة النهائية الثلاثية أحد الجوانب الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ويشمل التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لأنشطة الشركات. إذ أنه من المتوقع أن تقوم الشركات بدراسة أدائها ومعالجته عبر هذه الأبعاد الثلاثة.⁽¹⁹⁾

4- الاستدامة والمنظور طويل المدى:

تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات نهجاً مستداماً طويل المدى للعمليات التجارية، مع التركيز على رفاهية المنظمة والمجتمع والبيئة على المدى الطويل. من المتوقع أن تقوم الشركات بدمج اعتبارات الاستدامة في عملية صنع القرار والاستراتيجيات الخاصة بها.⁽²⁰⁾

5- المسؤوليات الأخلاقية والخيرية:

تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات المسؤوليات الأخلاقية والخيرية، مثل التمسك بالمبادئ الأخلاقية، وتعزيز حقوق الإنسان، والمشاركة في الأنشطة الخيرية. من المتوقع أن تذهب الشركات إلى ما هو أبعد من تعظيم الأرباح وأن تأخذ في الاعتبار التزاماتها المجتمعية الأوسع.⁽²¹⁾

6- الشفافية والمساءلة:

تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات الشفافية بشأن أنشطة الشركة وتأثيراتها، والخضوع للمساءلة أمام أصحاب المصلحة عن الأداء الاجتماعي والبيئي للمنظمة. التواصل الفعال وإعداد التقارير حول مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات هي جوانب مهمة.⁽²²⁾

7- التوافق الاستراتيجي:

يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على نحو متزايد على أنها اعتبار تجاري استراتيجي، حيث تقوم الشركات بمواءمة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع أهداف أعمالها الأساسية ومزاياها التنافسية. يعد التكامل الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية للشركات جانباً هاماً من ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات المعاصرة.⁽²³⁾

المطلب الثالث: مزايا المسؤولية الاجتماعية للشركات

إن المسؤولية الاجتماعية للشركات تطورت من خلال التطور التاريخي لمشاركة الأعمال مما أدى إلى إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين قطاع الأعمال والمجتمع والحكومة بعد الحرب العالمية، إذ أن الدور الأساسي للأعمال هو إنتاج السلع والخدمات التي يريدها المجتمع ويحتاجها، ومع ذلك، هناك ترابط بين قطاع الأعمال والمجتمع من خلال الحاجة إلى بيئة مستقرة مع قوة عاملة متعلمة. إذ أن الأعمال التجارية لا تساهم بشكل كامل في المجتمع إلا إذا كانت فعالة ومربحة ومسؤولة اجتماعياً.⁽²⁴⁾ لذلك أكد البعض القول أن الفكرة الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات هي أن الأعمال التجارية والمجتمع متشابكة وليست كيانات متميزة.⁽²⁵⁾ هنالك العديد من الفوائد التي تعود على الشركات والمجتمع من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركات ويمكن إيجاز هذه الفوائد بالتالي:

أولاً: سمعة ومشروعية الشركة: أن الشركات قد تقوي شرعيتها وتعزز سمعتها من خلال الانخراط في أنشطة المسؤولية الاجتماعية. يمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تعزز سمعة الشركة وصورة علامتها التجارية في أعين العملاء والمستثمرين وعامة الناس. إذ يساعد الانخراط في ممارسات وأنشطة مسؤولية اجتماعياً في تمييز الشركة عن المنافسين وبناء ارتباطات إيجابية مع العلامة التجارية. لأن السمعة القوية للشركة يمكن أن تؤدي إلى زيادة ولاء العملاء، وتحسين الوصول إلى رأس المال، وتحسين توظيف الموظفين والاحتفاظ بهم. غالباً ما يُنظر إلى الشركات التي تتمتع بسمعة طيبة في كونها مسؤولة اجتماعياً على أنها أكثر جدارة بالثقة ويمكن الاعتماد عليها، وهو ما يمكن أن يكون ذا قيمة خاصة في أوقات الأزمات أو الاختلاف. إذ يمكن القول أن سعي الشركات لتحقيق مكاسب مالية لا يتعارض مع السعي إلى تحقيق الأهداف الاجتماعية، بل يمكن السعي إلى تحقيق كلا الهدفين في وقت واحد.⁽²⁶⁾ ويمكن

للشركات أيضاً أن تعمل على تعزيز شرعيتها وسمعتها من خلال الكشف عن المعلومات المتعلقة بأدائها في مختلف القضايا الاجتماعية والبيئية.⁽²⁷⁾

أما بالنسبة للمشروعية فإنه يمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تساعد الشركات في الحفاظ على ترخيصها الاجتماعي للعمل وتعزيز شرعيتها في نظر أصحاب المصلحة والمجتمع الأوسع. حيث يُنظر إلى الشركات على أنها جزء من النسيج الاجتماعي، ويُتوقع منها أن تساهم في رفاهية المجتمعات التي تعمل فيها. فمن خلال معالجة المخاوف الاجتماعية والبيئية من خلال المبادرات الاجتماعية، تستطيع الشركات موازنة أنشطتها مع التوقعات والأعراف المجتمعية، وبالتالي تعزيز شرعيتها. الحفاظ على الشرعية من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن يساعد الشركات أيضاً على التنقل في البيئات التنظيمية المعقدة وتأمين الوصول إلى الموارد والأسواق.⁽²⁸⁾

ثانياً: الميزة التنافسية: تشير الميزة التنافسية أنه من خلال انخراط الشركات في بعض أنشطة المسؤولية الاجتماعية، يمكنها من تحسين قدرتها التنافسية. إذ أن دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجية الأعمال الشاملة للشركة يمكن أن يكون مصدراً للتميز والابتكار والاستدامة على المدى الطويل، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز القدرة التنافسية للشركة في السوق. ومن خلال معالجة التحديات المجتمعية والبيئية من خلال أنشطتها التجارية الأساسية، يمكن للشركات خلق قيمة مشتركة لنفسها ولأصحاب المصلحة. وقد أثبتت العديد من الشركات أن دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها يمكن أن يؤدي إلى نتائج إيجابية ويساهم في نجاحها على المدى الطويل. حيث إن العديد من المستثمرين المؤسسيين يتجنبون الشركات التي تنتهك مهمتهم التنظيمية أو قيمهم أو مبادئهم. كما أنهم يسعون إلى التعامل مع الشركات التي لديها سجلات جيدة في علاقات الموظفين، والإشراف البيئي، والمشاركة المجتمعية، وحوكمة الشركات.⁽²⁹⁾

كما يمكن للشركات بناء ميزتها التنافسية من خلال برامج ومبادرات المسؤولية الاجتماعية من خلال صياغة استراتيجية فريدة بعناية تعمل على موازنة استراتيجياتها المؤسسية مع برامج المسؤولية الاجتماعية. يمكن أن تكون هذه الاستراتيجية الفريدة بمثابة أساس لتمييز الشركة عن منافسيها، وبالتالي قدرتها التنافسية. لأن الشركات التي لا تتبع سياسات شاملة قد تكون في وضع تنافسي غير مؤات في توظيف الموظفين والاحتفاظ بهم من أوسع مجموعة من المواهب.⁽³⁰⁾

ثالثاً: تكافؤ فرص العمل وخفض التكاليف: إن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في شكل سياسات وممارسات تكافؤ فرص العمل يمكن أن تعزز أيضاً قيمة المساهمين على المدى الطويل من خلال تقليل التكاليف والمخاطر، حيث أن بيانات تكافؤ فرص العمل الصريحة ضرورية لتوضيح سياسة شاملة تقلل من معدل دوران الموظفين من خلال تحسين الروح المعنوية. كما أنها توفر للشركات فوائد كبيرة، إذ أنه من خلال تعزيز قوة عاملة متنوعة وشاملة، يمكن للشركات الاستفادة من زيادة الإبداع والابتكار والقدرات على حل المشكلات، فضلاً عن تحسين معنويات الموظفين وإنتاجيتهم. كما أن تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن يؤدي إلى توفير التكاليف وتحسين الأداء المالي للشركات. إذ أنه من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية التي تركز على كفاءة استخدام الموارد، والحد من النفقات، والحفاظ على الطاقة يمكن أن تؤدي إلى انخفاض تكاليف التشغيل وتحسين الاستدامة البيئية.⁽³¹⁾

أن مطالب أصحاب المصلحة تشكل تهديدات محتملة لاستمرارية الشركة، وأن المصالح الاقتصادية للشركات يتم خدمتها من خلال تخفيف التهديدات من خلال مستوى عتبة الأداء الاجتماعي أو البيئي. ويمكن أيضاً تحقيق الحد من التكلفة والمخاطر من خلال أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الموجهة نحو البيئة الطبيعية. إذ أن اتخاذ إجراءات استباقية بشأن القضايا البيئية يمكن أن يقلل من تكاليف الامتثال للوائح البيئية الحالية والمستقبلية وقد يعزز كفاءات الشركة ويخفض تكاليف التشغيل. وقد تؤدي الالتزامات المسؤولة بيئياً أيضاً إلى تقليل التأثير السلبي للقلق الاجتماعي. علاوة على ذلك، فإن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الموجهة نحو إدارة العلاقات المجتمعية قد تؤدي أيضاً إلى خفض التكاليف والمخاطر. قد يساهم بناء علاقات مجتمعية إيجابية في تحقيق الشركة للمزايا الضريبية. بالإضافة

إلى ذلك، فإن العلاقات المجتمعية الإيجابية تقلل من حجم التنظيم المفروض على الشركة، لأنه يُنظر إلى الشركة على أنها عضو خاضع للعقوبات في المجتمع.⁽³²⁾

رابعاً: ميزة العمل المريح للجانبين: برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات مفيدة للمجتمعات، إذ أن تطوير هذه البرامج يخلق شراكة بين الشركة والمجتمع الذي تعمل فيه، حتى لو كانت نوايا برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تستهدف المجتمع بشكل مباشر، بل تهدف إلى تحسين الشركة على المدى الطويل، فإن المجتمع سيحصل مع ذلك على عدد من الفوائد ذات الصلة أيضاً. سيؤدي المزيد من الإيرادات الضريبية التي تولدها الشركة إلى زيادة التمويل للبرامج المجتمعية التي سيستفيد منها السكان. علاوة على ذلك، ستكون المنظمة قادرة على توفير المزيد من فرص العمل ومصدر ثابت للتوظيف لأفراد المجتمع.⁽³³⁾

تشير ميزة الربح للجانبين إلى أن الشركات يمكنها تحقيق فوائد مجتمعية وتجارية في نفس الوقت من خلال الانخراط في مبادرات المسؤولية الاجتماعية. حيث يمكن إنشاء "قيمة مشتركة" من خلال معالجة الاحتياجات والتحديات المجتمعية من خلال أنشطتها وكفاءاتها التجارية الأساسية. إذ إن موازنة استراتيجيات الأعمال مع الأولويات المجتمعية يسمح للشركات بتوليد قيمة اقتصادية مع المساهمة أيضاً في تحقيق نتائج اجتماعية وبيئية إيجابية، مما يؤدي إلى نهج متبادل المنفعة. كما أن التعامل مع أصحاب المصلحة وموازنة مصالحهم يمكن أن يؤدي أيضاً إلى بناء الثقة والولاء والعلاقات التعاونية، مما يؤدي إلى خلق قيمة طويلة المدى للشركة. إذ أن الإدارة الفعالة لأصحاب المصلحة من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تساهم في "ترخيص العمل" للشركة وتعزيز شرعيتها في نظر المجتمع. كما يمكن لمبادرات المسؤولية الاجتماعية أن تساعد الشركات على تحديد المخاطر المختلفة وإدارتها، بما في ذلك المخاطر المتعلقة بالسمعة والمخاطر التشغيلية والتنظيمية. بالتالي فإن ميزة الربح للجانبين تمكن الشركات من موازنة أهداف أعمالها بشكل استراتيجي مع الاحتياجات المجتمعية، مما يؤدي إلى منافع متبادلة وإنشاء قيمة مشتركة. يسمح هذا النهج للشركات بمعالجة القضايا الاجتماعية والبيئية مع تعزيز قدرتها التنافسية وأدائها المالي وقدرتها على الاستمرار على المدى الطويل.⁽³⁴⁾

المبحث الثاني: نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات وتمييزها عما يشتهر بها

نحدد في هذا المبحث نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات ونميزها عن غيرها من الأوضاع القانونية الأخرى في مطلبين بالآتي:

المطلب الأول: نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات

هناك مدرستان فكريتان رئيسيتان فيما يتعلق بتحديد نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات، المدرسة التقليدية والمدرسة الحديثة.⁽³⁵⁾

الفرع الأول: الاتجاه التقليدي

المدرسة التقليدية أو النهج التقليدي للمسؤولية الاجتماعية للشركات متجذر في نظرية المساهمين (Shareholders Theory)، التي روج لها ميلتون فريدمان في كتابه الرأسمالية والحرية (Capitalism and Freedom 1962). زعم فريدمان أن المسؤولية الاجتماعية الوحيدة التي تقع على عاتق الشركات هي تعظيم الأرباح لمساهميها فقط طالما ظلت ضمن قواعد اللعبة، أي المشاركة في المنافسة المفتوحة والحرية، دون خداع أو احتيال. وأن أي مشاركة في القضايا الاجتماعية أو البيئية هي إساءة استخدام لموارد الشركة. إذ يجب على الشركات أن تركز على أنشطتها التجارية الأساسية وتترك القضايا الاجتماعية والبيئية للحكومة والمنظمات غير الربحية.⁽³⁶⁾ ينظر هذا النهج إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها قيداً على قدرة الشركة على توليد الأرباح وتهديداً محتملاً لقيمة المساهمين.⁽³⁷⁾

الفرع الثاني: الاتجاه الحديث

إما المدرسة الفكرية الحديثة أو الناشئة فهي تعتقد أن الشركات تتحمل مسؤوليات أوسع نطاقاً تمتد إلى ما هو أبعد من المالكين والمساهمين ومجرد تعظيم الأرباح، لتشمل الموظفين والعلماء والموردين والمجتمعات المضيفة (أصحاب المصلحة المتعددين)، أي أنها تتحول بشكل ملحوظ نحو مفهوم المسؤولية

الاجتماعية للشركات. ويعتقد أنصار هذه المدرسة أن الشركات يجب أن تعتبر مسؤولة بشكل متزايد لأنها تمثل فعلياً الجهات الفاعلة في المجتمع - المنتجين والموزعين ودافعي الضرائب والملوثين والمستثمرين ومقدمي الخدمات - وما إلى ذلك. وهي القوى الخاصة الأكثر فعالية في تحقيق النفع والضرر على نطاق واسع. يزعم أنصار النهج الناشئ أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تخلق قيمة طويلة الأجل للشركة من خلال تعزيز سمعتها وتحسين معنويات الموظفين وتعزيز العلاقات الأقوى مع أصحاب المصلحة. كما ينظر هذا النهج إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة استراتيجية للشركات لتمييز نفسها وتحسين ميزتها التنافسية والمساهمة في التنمية المستدامة، وهي تعد وسيلة لمعالجة القضايا الاجتماعية والبيئية التي تتجاوز التركيز التقليدي على تعظيم الربح.⁽³⁸⁾

وقد تزعّم الفقيه كارول هذه المدرسة، إذ اعتبر أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهومًا متعدد الطبقات، يمكن تقسيمه إلى أربعة جوانب مترابطة بشكل هرمي هي المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية، بحيث تتطلب المسؤولية الاجتماعية "الحقيقية" اجتماع المستويات الأربع على التوالي. ومن ثم حدد نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات بالتوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية التي يضعها المجتمع على المنظمات في وقت معين، وهي:⁽³⁹⁾

1 - المسؤولية الاقتصادية: وفقا لكارول، فإن المسؤولية الاقتصادية لأعمال التجارية هي إنتاج السلع والخدمات التي يرغب فيها المجتمع وبيعها بربح، وأنه من خلال القيام بذلك، تفي الشركات بمسؤوليتها الأساسية كوحدات اقتصادية في المجتمع. إذ أن لدى الشركات مساهمون يطالبون بعائد معقول على استثماراتهم، ولديها موظفون يريدون وظائف آمنة وذات أجر عادل، ولديها زبائن يطالبون بمنتجات عالية الجودة بسعر عادل وما إلى ذلك. وهذا هو السبب وراء إنشاء الشركات في المجتمع. هذه الطبقة الأولى من المسؤولية الاجتماعية للشركات هي الأساس والمركز لجميع المسؤوليات اللاحقة، إن الوفاء بالمسؤوليات الاقتصادية أمر مطلوب من جميع الشركات.

2 - المسؤولية القانونية: تشير المسؤولية القانونية للشركات إلى الالتزامات الإيجابية والسلبية التي تفرضها قوانين وأنظمة المجتمع الذي تعمل فيه، إذ تشكل المسؤولية القانونية للأعمال مجمل مسؤولية الأعمال تجاه المجتمع. إذ تُفهم القوانين على أنها تدوين وجهات النظر الأخلاقية للمجتمع، وبالتالي فإن الالتزام بهذه المعايير يعد شرطاً ضرورياً لأي تفكير إضافي حول المسؤوليات الاجتماعية، ولا يتعين على الشركات أن تقي بها فقط من أجل الاحتفاظ بترخيصها للعمل، إذ أن الاحتيال والفضائح والدعاوى القضائية التي تقوم بها الشركات تكشف أن الالتزام بالقانون، لا يمكن اعتباره أمراً مفروغاً منه في عالم الأعمال اليوم، إذ أن الوفاء بالمسؤوليات القانونية مطلوب من جميع الشركات التي تسعى إلى أن تكون مسؤولة اجتماعياً.

يتعلق الجانب القانوني للمسؤولية الاجتماعية للشركات باستجابة الشركة للتوقعات القانونية التي يفرضها ويتوقعها المجتمع من خلال سلطاته القانونية أو من خلال المبادئ القانونية المتطورة. وفي هذا السياق يمكن النظر إلى هذا الجانب من خلال ثلاث فئات عامة هي:⁽⁴⁰⁾

(1) الامتثال، (2) تجنب الدعاوى المدنية، و (3) توقع القانون.

يمكن تقسيم الفئة القانونية الأولى، وهي الامتثال، إلى ثلاثة أنواع: سلبية، ومقيدة، واستغلال.

النوع الأول من الامتثال هو ذو طبيعة سلبية أو عرضية، ويعني ذلك أن الشركة تفعل ما تريد وبصادف أنها تمتثل للقانون عرضاً. فمثلاً إذا كان هناك معيار أمان لمنتج معين والشركة ملتزمة به حتى لو لم يكن ضمن المتطلبات القانونية، فإن الشركة تكون في وضع الامتثال السلبي. ووفقا لكارول فإن الشركة تكون ضمن المجال القانوني حتى لو امتثلت للقانون بشكل سلبي أو غير مقصود.

أما النوع الثاني من الامتثال، والذي يشار إليه بالامتثال المقيد، فيحدث عندما تكون الشركة مجبرة قانوناً على القيام بشيء لا ترغب في القيام به، إذ غالباً ما يتم دفع الضرائب أو التعريفات الجمركية أو الرسوم على مضض، أو بشكل مقيد. في بعض الأحيان قد ترغب الشركة في التلويث على مستويات أعلى أو بيع سلع تحتوي على عدد أقل من تحذيرات السلامة، إلا أن القانون قد يمنعها من القيام بذلك، مما يؤدي إلى

الامتثال المقيد. يتم استخدام الصفة المقيدة لتعكس فكرة أن النظام القانوني يحد أو يقيد أو يعدل السلوك المقصود بطريقة مقيدة.

النوع الثالث من الامتثال هو الامتثال الاستغلالي. هناك طريقتان عامتان للامتثال الانتهازي. أولاً، قد تسعى الشركة إلى استغلال الثغرات الموجودة في التشريعات لتتمكن من المشاركة في أنشطة معينة. وفي مثل هذه الحالات عادة ما يجد المرء أن الشركة تلتزم بنص أو بحرفية القانون أي الالتزام بنص القانون لا بروحه. ثانياً، قد تختار الشركة العمل في منطقة معينة بسبب معاييرها القانونية الأضعف. وفي مثل هذه الحالة، تكون الشركة قد استندت في قرارها إلى النظام القانوني، ولا تزال ملتزمة بالقانون من الناحية الفنية. فالشركات التي تقرر العمل مثلاً في الدول النامية بسبب التشريعات الأقل صرامة المتعلقة بالبيئة أو رعاية الموظفين أو حماية المستهلك فهي تلتزم بالقانون ولكن بشكل انتهازي.

أما الفئة القانونية العامة الثانية، وهي التجنب، فتتعلق بأنشطة الشركات التي يكون الدافع وراءها هو الرغبة في تجنب الدعاوى المدنية الحالية أو المستقبلية المحتملة بسبب الإهمال. واستجابة لهذه المخاوف، قد تقوم الشركات، على سبيل المثال، بالتوقف عن تصنيع المنتجات الخطرة، أو سحب المنتجات طوعاً، أو التوقف عن الأنشطة غير الصديقة للبيئة. الشركات التي تتصرف بهذه الطرق على الرغم من إدراكها أنه من المرجح أن يتم مقاضاتها نتيجة لذلك (على سبيل المثال بسبب نشاط مهمل) تقع خارج المجال القانوني، على الرغم من امتثالها للقوانين والأنظمة. غالباً ما تتخبط هذه الشركات في استراتيجية دفاعية قانونية تحاول من خلالها تسوية جميع الدعاوى القضائية.

تتكون الفئة القانونية الثالثة من ترقب التغييرات في التشريعات. إذ غالباً ما تكون العملية القانونية بطيئة بطبيعتها، وقد ترغب الشركات في المشاركة في أنشطة ستؤدي إلى امتثال فوري للتشريع في نهاية المطاف. إذا تم توقع القوانين، فقد تشارك الشركات في أنشطة تطوعية للمساعدة في منع أو تعديل أو إبطاء وتيرة التشريعات الجديدة التي يتم سنّها، وبالتالي تتصرف بناءً على النظر في النظام القانوني.

3 - المسؤولية الأخلاقية: تشير المسؤولية الأخلاقية إلى تلك الأنشطة والممارسات التي يتوقعها أو يحظرها المجتمع على الرغم من أنها غير منصوص عليها في القانون، إذ تمثل المسؤولية الأخلاقية تلك المعايير أو القواعد أو التوقعات التي تعكس الاهتمام بما يعتبرها المستهلكون والموظفين والمساهمون والمجتمع عادلة ومنصفة أو تتماشى مع احترام أو حماية الحقوق الأخلاقية لأصحاب المصلحة. لقد نجحت حركة أخلاقيات الأعمال في العقد الماضي في إرساء المسؤولية الأخلاقية باعتبارها عنصراً مشروفاً في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. ويجب أن ندرك دائماً أن المسؤولية الأخلاقية في تفاعل ديناميكي مع فئة المسؤولية القانونية. وهذا يعني أنها تدفع باستمرار فئة المسؤولية القانونية إلى التوسع، وفي الوقت نفسه تضع توقعات أعلى على رجال الأعمال للعمل بمستويات أعلى من تلك التي يتطلبها القانون. بالتالي، تُلزم هذه المسؤولية الشركات بفعل ما هو صحيح وعادل ومنصف حتى عندما لا تكون مضطرة إلى القيام بذلك بموجب الإطار القانوني. أن المسؤوليات الأخلاقية تتكون مما يتوقعه المجتمع عموماً، وبما يتجاوز التوقعات الاقتصادية والقانونية.

4 - المسؤولية التطوعية أو الخيرية: وأخيراً، عند قمة الهرم، ينظر المستوى الرابع من المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى المسؤوليات الخيرية للشركات. العمل الخيري يعني حب الإنسان وباستخدام هذه الفكرة في سياق الأعمال، فهي تشمل جميع تلك القضايا التي تقع ضمن تقدير الشركة لتحسين نوعية حياة الموظفين والمجتمعات المحلية والمجتمع بشكل عام. يتناول هذا الجانب من المسؤولية الاجتماعية للشركات مجموعة كبيرة ومتنوعة من القضايا، بما في ذلك مسائل مثل التبرعات الخيرية وبناء المؤسسات والمرافق الترفيهية للموظفين وأسرهم، ودعم المدارس المحلية، أو رعاية الأحداث الفنية والرياضية. بالتالي، فإن المسؤوليات الخيرية هي مجرد رغبة لدى الشركات دون توقعها أو طلبها، مما يجعلها أقل أهمية من الفئات الثلاث الأخرى.

عليه فالمسؤولية الخيرية تشمل أنشطة الشركات التي تأتي استجابة لتوقعات المجتمع بأن تكون الشركات مواطنين صالحين؛ وبالتالي فإن الفرق بين العمل الخيري والمسؤولية الأخلاقية هو أن الأول غير متوقع بالمعنى الأخلاقي أو المعنوي. على سبيل المثال، ترغب المجتمعات في أن تساهم الشركات بأموالها

ومرافقتها ووقت موظفيها في البرامج الإنسانية، ولكنها لا تعتبر الشركات غير أخلاقية إذا لم تقدم المستوى المطلوب. ومن ثم، فإن العمل الخيري أكثر طوعية من جانب الشركات؛ ومع ذلك، هناك دائماً توقع مجتمعي بأن توفره الشركات إذ أن أحد الأسباب البارزة للتمييز بين المسؤولية الخيرية والمسؤولية الأخلاقية هو أن بعض الشركات تشعر بأنها مسؤولة اجتماعياً بمجرد كونها مواطنة صالحة في المجتمع.

المطلب الثاني: تمييز المسؤولية الاجتماعية للشركات عما يشتهر بها من اوضاع قانونية أفرع الأول: تمييز المسؤولية الاجتماعية للشركات عن حوكمة الشركات

تعد حوكمة الشركات (Corporate Governance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات مفهومين متميزين ولكنهما مترابطين إذ يرتبطان بإدارة الشركات وسلوكها. وعلى الرغم من تشابههما هذا، إلا أن لهما أهدافاً ونطاقات وأساليب مختلفة ضمن الإطار العام لإدارة الشركات ومسؤوليتها. فيما يلي الاختلافات الرئيسية بين حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات:

1. التركيز:

تركز حوكمة الشركات في المقام الأول على إطار القواعد والممارسات والعمليات التي يتم من خلالها توجيه الشركة والتحكم فيها. وهي تهتم بالعلاقات بين مختلف أصحاب المصلحة المشاركين في الشركة، بما في ذلك المساهمين ومجلس الإدارة والإدارة والأطراف المعنية الأخرى. الهدف الرئيسي لحوكمة الشركات هو ضمان المساءلة والشفافية واتخاذ القرارات الفعالة داخل المنظمة.

تركز المسؤولية الاجتماعية للشركات على الإجراءات والمبادرات التطوعية التي تتخذها الشركة لمعالجة ودمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية والأخلاقية في عملياتها التجارية وتفاعلاتها مع أصحاب المصلحة. تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات مسؤولية الشركة في المساهمة بشكل إيجابي في المجتمع، وحماية البيئة، وتعزيز الممارسات المستدامة. وهي تنطوي على أنشطة مثل العمل الخيري، والمشاركة المجتمعية، والإشراف البيئي، والإدارة المسؤولة لسلسلة التوريد. غالباً ما يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مساهمة الشركة في التنمية المستدامة وجهودها لتحقيق التوازن بين توليد الأرباح والأثر الاجتماعي والبيئي. وهو يؤكد على الدور الاستباقي للشركات في مواجهة التحديات المجتمعية ومواءمة عملياتها مع الأهداف الاجتماعية والبيئية الأوسع.⁽⁴¹⁾

2. الغرض:

الغرض الأساسي من حوكمة الشركات هو حماية مصالح المساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين من خلال ضمان إدارة الشركة بما يحقق الأفضل لهم. ويهدف إلى إنشاء نظام من الضوابط والتوازنات التي تعزز اتخاذ القرارات الفعالة وإدارة المخاطر والمساءلة بين إدارة الشركة ومديريها.

الغرض من المسؤولية الاجتماعية للشركات هو تعزيز الممارسات التجارية المستدامة والأخلاقية التي تتجاوز مجرد الأداء المالي. وهو يدرك أن الشركات لها دور ومسؤولية أوسع في المجتمع، وينبغي أن تساهم بنشاط في الرفاه الاجتماعي والبيئي. تهدف مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى خلق تأثير إيجابي على المجتمعات والبيئة والموظفين والعملاء وأصحاب المصلحة الآخرين.⁽⁴²⁾

3. النطاق:

تتعلق حوكمة الشركات بالهيكل الداخلي والعمليات والآليات داخل الشركة التي تحكم عملياتها وصنع القرار والعلاقات. ويشمل جوانب مثل تكوين مجلس الإدارة، وحقوق المساهمين، والتعويضات التنفيذية، وإدارة المخاطر، وإعداد التقارير المالية.

بينما تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات مجموعة واسعة من الأنشطة التي تتجاوز العمليات الداخلية للشركة. وهي تنطوي على مشاركة الشركة مع أصحاب المصلحة الخارجيين، بما في ذلك المجتمعات والهيئات الحكومية والمنظمات غير الربحية والبيئة. قد تغطي مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات مجالات مثل الاستدامة البيئية، والأثر الاجتماعي، ورفاهية الموظفين، وحقوق الإنسان، والمصادر الأخلاقية، والتسويق المسؤول.⁽⁴³⁾

4. الالتزام القانوني:

غالبًا ما تخضع حوكمة الشركات للمتطلبات القانونية والتنظيمية التي تفرضها السلطات الحكومية وأسواق الأوراق المالية. قد تكون الشركات ملزمة بالالتزام بقوانين ولوائح ومتطلبات إفصاح محددة لحوكمة الشركات والتي تختلف حسب الأنظمة القانونية.

المسؤولية الاجتماعية للشركات عمومًا تطوعية وتستند بقيم الشركة وسياساتها والتزاماتها. على الرغم من أنه قد تكون هناك مبادئ توجيهية أو معايير خاصة بالصناعة، إلا أن مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست عادةً مفوضة قانونًا، على الرغم من أن بعض الأنظمة القانونية قد أدخلت متطلبات الإبلاغ والإفصاح لبعض أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات.⁽⁴⁴⁾

من المهم أن نلاحظ أن حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات ليستا مفهومين متعارضين. يمكن لحوكمة الشركات الفعالة أن تسهل دمج مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجية الشركة وعمليات صنع القرار. ومن خلال ممارسة الحوكمة الرشيدة للشركات، تستطيع الشركات إدارة المخاطر بشكل أفضل، وخلق قيمة طويلة الأجل لأصحاب المصلحة، ومواءمة عملياتها مع الممارسات المستدامة والمسؤولة.

الفرع الثاني: تمييز المسؤولية الاجتماعية للشركات عن التنمية المستدامة

في الآونة الأخيرة، اكتسب مفهوم التنمية المستدامة (Sustainable Development) بروزًا ملحوظًا في المجالين الأكاديمي والتجاري على حد سواء. وتعني التنمية المستدامة عمومًا بأنها تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة.⁽⁴⁵⁾ وبشكل أساسي تؤكد التنمية المستدامة على الترابط بين الاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، بهدف ضمان الرخاء والرفاهية طويلة الأجل للجميع.⁽⁴⁶⁾

ومع ظهور مفهوم التنمية المستدامة، برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات أيضًا جنبًا إلى جنب كضرورة استراتيجية حاسمة للشركات الحديثة، على أنه الدمج الطوعي للاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عمليات الشركة وتفاعلاتها مع أصحاب المصلحة.⁽⁴⁷⁾ وبينما تختلف المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة في أصولها المفاهيمية، إلا أن هذين المفهومين مرتبطان ارتباطًا وثيقًا،⁽⁴⁸⁾ ويتوقع من الشركات بشكل متزايد أن تتسق مبادرات المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها مع برامج التنمية المستدامة الأوسع نطاقًا، مستفيدة من مواردها وقدراتها لدفع التغيير الإيجابي على الصعد الاجتماعية والبيئية والاقتصادية.⁽⁴⁹⁾ ويمكن تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR والتنمية المستدامة من خلال النقاط الآتية:

1- المسؤولية الاجتماعية للشركات كمسار نحو التنمية المستدامة

يُجمع التوافق المتنامي في الفقه على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تكون أداة قوية للشركات لنقود التقدم نحو تحقيق التنمية المستدامة.⁽⁵⁰⁾ إذ أنه من خلال موائمة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها مع برنامج أعمال التنمية المستدامة، تستطيع الشركات الاستفادة من مواردها وقدراتها ونطاق تأثيرها لمعالجة التحديات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية الملحة.⁽⁵¹⁾

إحدى الطرق الرئيسية التي يمكن من خلالها أن تساهم الشركات في تحقيق التنمية المستدامة هي من خلال إشراك أصحاب المصلحة ومبادرات المسؤولية الاجتماعية. إذ أن الشركات التي تتبنى نهجًا محوريًا لأصحاب المصلحة مجهزة بشكل أفضل لتحديد واحتواء احتياجات ومخاوف مختلف مجموعات أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمجتمعات المحلية والمجتمع ككل.⁽⁵²⁾ فمن خلال الاستثمار في المبادرات التي تعمل على تحسين رفاهية أصحاب المصلحة هؤلاء، يمكن للشركات المساهمة في البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة، مثل الحد من الفقر وتوفير فرص الحصول على التعليم والرعاية الصحية وتنمية المجتمع.⁽⁵³⁾

وبالمثل، يمكن لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تركز على إدارة البيئة وكفاءة استخدام الموارد أن تدعم مباشرة الركن البيئي للتنمية المستدامة. إذ أن الشركات التي تنفذ ممارسات مثل الحد من النفايات واعتماد الطاقة المتجددة والمصادر المستدامة يمكنها تقليل تأثيراتها البيئية وحماية الموارد الطبيعية للأجيال القادمة.⁽⁵⁴⁾ بالإضافة إلى ذلك، فمن خلال تطوير منتجات وخدمات صديقة للبيئة

ومبتكرة، يمكن للشركات المساهمة في تطوير أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة، وهو هدف رئيسي من أهداف التنمية المستدامة.⁽⁵⁵⁾

اليُعد الاقتصادي للتنمية المستدامة مرتبطاً أيضاً ارتباطاً وثيقاً بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. فالشركات التي تعطي الأولوية لممارسات العمل العادلة وتطوير الموظفين والسلوك التجاري المسؤول يمكنها تعزيز الازدهار الاقتصادي والنمو الشامل في نطاق تأثيرها.⁽⁵⁶⁾ علاوة على ذلك، من خلال دمج اعتبارات الاستدامة في استراتيجياتها الأساسية للأعمال، يمكن للشركات فتح فرص سوقية جديدة وتعزيز تنافسيتها والمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة.⁽⁵⁷⁾

2- مواءمة المسؤولية الاجتماعية للشركات مع أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة
لقد وفرت أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة (SDGs)، التي تم اعتمادها في عام 2015، إطاراً شاملاً ومعترفاً به عالمياً للتنمية المستدامة. حيث أصبحت أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، التي تغطي مجموعة واسعة من القضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية، نقطة مرجعية قيمة لكل من الحكومات والشركات في سعيها لتحقيق التنمية المستدامة.⁽⁵⁸⁾

اذ تعمل الشركات على نحو متزايد على مواءمة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع أجندة وأهداف التنمية المستدامة، مع الاعتراف بالفوائد الاستراتيجية والتشغيلية لهذا المواءمة.⁽⁵⁹⁾ كما يمكن للشركات أن توضح كيف تساهم جهود الاستدامة في تحقيق أهداف التنمية العالمية الأوسع نطاقاً، وتعزيز شرعيتها وسمعتها بين أصحاب المصلحة، وذلك من خلال رسم خريطة لأنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات وفقاً لأهداف التنمية المستدامة المحددة.⁽⁶⁰⁾

وعلاوة على ذلك، يمكن أن تعمل أهداف التنمية المستدامة كإطار شامل للشركات لدمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجيات التنمية المستدامة الشاملة. اذ إن الغايات المحددة في أهداف التنمية المستدامة توفر مخططاً واضحاً وقابلاً للتنفيذ للشركات لتحديد أولويات أدائها في مجال الاستدامة وقياسه وإعداد التقارير عنه.⁽⁶¹⁾ ويمكن أن يساعد هذا التوافق الشركات على تجاوز مبادرات المسؤولية الاجتماعية المجزأة نحو نهج أكثر شمولاً وإستراتيجية لإدارة الاستدامة.

3- الجدوى التجارية لتكامل المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة
في حين أن الضرورات المعنوية والأخلاقية للشركات للمساهمة في التنمية المستدامة راسخة، إلا أن هناك أيضاً حجة تجارية قوية لدمج أو تكامل استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة.⁽⁶²⁾

إن الشركات التي تنجح في مواءمة مبادرات المسؤولية الاجتماعية مع أجندة وأهداف التنمية المستدامة يمكن أن تتمتع بمجموعة من المزايا التنافسية. كما أنه ومن خلال معالجة التحديات الاجتماعية والبيئية من خلال أنشطتها التجارية الأساسية، يمكن للشركات أن تميز نفسها عن المنافسين، وتعزز سمعة علامتها التجارية، وتجذب قاعدة مستهلكين متزايدة الوعي بالاستدامة.⁽⁶³⁾

وهذا بدوره يمكن أن يترجم إلى أداء مالي محسّن، حيث يكافئ العملاء والمستثمرون وأصحاب المصلحة الآخرون الشركات على جهودها في مجال الاستدامة. وعلاوة على ذلك، فإن تكامل المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة يمكن أن يدفع الابتكار ويفتح فرصاً سوقية جديدة للشركات. ومن خلال تطوير المنتجات والخدمات ونماذج الأعمال المستدامة، تستطيع الشركات اكتساب ميزة المبادرة والاستفادة من الاتجاهات الناشئة في الاستهلاك والإنتاج المستدامين.⁽⁶⁴⁾ ويمكن أن يؤدي هذا إلى إنشاء مصادر دخل جديدة، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز المرونة على المدى الطويل في مواجهة التحديات البيئية والاجتماعية المتطورة. وأخيراً، يمكن أن يساعد مواءمة المسؤولية الاجتماعية للشركات مع التنمية المستدامة الشركات على جذب أفضل المواهب والاحتفاظ بها. ويبحث الموظفون، وخاصة الأجيال الشابة، بشكل متزايد عن أصحاب عمل يتمتعون بالترام قوي بالاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.⁽⁶⁵⁾ والشركات التي يمكنها إثبات تأثيرها الإيجابي على المجتمع والبيئة تكون في وضع أفضل لتجنيد الأفراد المهرة والمدفوعين بالغرض والاحتفاظ بهم، مما يساهم في رأس المال البشري الإجمالي والقدرات التنظيمية.

4- دور حوكمة الشركات في ربط المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة
تبرز الحوكمة الفعالة للشركات كعامل حاسم في تيسير دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة داخل الشركات. تشير الحوكمة الشرائكية إلى الأنظمة والعمليات والممارسات التي توجه عملية اتخاذ القرار والمساءلة في الشركة.⁽⁶⁶⁾ تشير مجموعة متنامية من الأبحاث إلى أن حوكمة الشركات تلعب دوراً محورياً في تشكيل أداء الاستدامة للشركة وقدرتها على ترجمة المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى نتائج ملموسة للتنمية المستدامة.⁽⁶⁷⁾

تتمثل إحدى الطرق الرئيسية التي تدعم بها حوكمة الشركات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة في تعزيز ثقافة وإطار عمل صنع القرار الموجه نحو أصحاب المصلحة. إن الشركات التي تتمتع بآليات حوكمة قوية، مثل مجالس الإدارة المستقلة، والقيادة المتنوعة، وعمليات إشراك أصحاب المصلحة القوية، مجهزة بشكل أفضل لتحقيق التوازن بين مصالح مختلف أصحاب المصلحة، بما في ذلك المساهمين والموظفين والعملاء والمجتمعات المحلية.⁽⁶⁸⁾ يتيح هذا النهج الذي يركز على أصحاب المصلحة للشركات مواءمة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع أهداف التنمية المستدامة الأوسع نطاقاً، مما يضمن أن جهود الاستدامة الخاصة بها تعالج احتياجات ومخاوف جميع أصحاب المصلحة المعنيين.

وعلاوة على ذلك، يمكن لممارسات الحوكمة القوية للشركات أن تعزز الشفافية والمساءلة عن أداء الاستدامة للشركة. إذ أنه من خلال تنفيذ آليات الإبلاغ والإفصاح الشاملة عن الاستدامة، يمكن للشركات التواصل بشأن تقدمها نحو أهداف التنمية المستدامة مع أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين.⁽⁶⁹⁾ يمكن أن تعزز هذه الشفافية ثقة أصحاب المصلحة، وتسهل اتخاذ القرارات بشكل أفضل، وفي النهاية تدفع التحسين المستمر في أداء الاستدامة للشركة.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للحوكمة الفعالة أن تساعد الشركات على دمج اعتبارات الاستدامة في عملية صنع القرار الاستراتيجي وفي العمليات التشغيلية. فعندما يتم تجسيد الاستدامة في جوهر هيكل حوكمة الشركة، فإنها تصبح مكوناً أساسياً للتوجه الاستراتيجي العام للمنظمة، وتخصيص الموارد، وإدارة الأداء.⁽⁷⁰⁾ يتيح هذا النهج الشامل لإدارة الاستدامة للشركات الاستفادة من مواردها وقدراتها بطريقة أكثر تنسيقاً وتأثيراً، مما يساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

خلاصة الأمر، إن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة تشكل مجالاً بالغ الأهمية ومتطوراً، إذ يمثل تكامل المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة اقتراحاً مربحاً لكل من الشركات والمجتمع. ومن خلال مواءمة ممارساتها التجارية مع أجندة وبرامج التنمية المستدامة، لا تستطيع الشركات المساهمة في الصالح العام فحسب، بل وأيضاً إطلاق العنان للمزايا التنافسية، ودفع الابتكار، وتعزيز مرونتها على المدى الطويل. مع استمرار ضرورة التنمية المستدامة في اكتساب المزيد من الزخم على الصعيد العالمي، فإن التوافق الاستراتيجي بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة سوف يصبح عنصراً أساسياً على نحو متزايد في إدارة الأعمال المسؤولة والموجهة نحو المستقبل.

المبحث الثالث: الأساس القانوني والطبيعة القانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات وموقف المشرع العراقي منها.

المطلب الأول: الأساس القانوني للمسؤولية الاجتماعية للشركات

هنالك العديد من النظريات التي بينت الأساس القانوني للمسؤولية الاجتماعية للشركات واهم هذه النظريات هي:

الفرع الأول: النظرية المؤسسية Institutional Theory

أن النظرية المؤسسية⁽⁷¹⁾ تمتلك بطبيعتها القدرة على المساعدة في تفسير امتثال الشركات للمسؤولية الاجتماعية. تدرس النظرية المؤسسية الأشكال التنظيمية وتشرح أسباب وجود خصائص أو أشكال متجانسة في المنظمات التي تقع ضمن "المجال التنظيمي" نفسه. والمجال التنظيمي هو تلك المنظمات التي تشكل، في مجملها، مجالاً معترفاً به من الحياة المؤسسية (يتكون من عناصر مشتركة): الموردين

الرئيسيين، ومستهلكي الموارد والمنتجات، والوكالات التنظيمية، والمنظمات الأخرى التي تنتج خدمات أو منتجات مماثلة.

أن النظرية المؤسسية تنظر إلى المنظمات على أنها تعمل ضمن إطار اجتماعي من المعايير والقيم والافتراضات المسلم بها حول ما يشكل السلوك الاقتصادي المناسب أو المقبول. حيث تتوافق المنظمات داخل المجال التنظيمي، ربما بسبب الضغط المؤسسي من أجل التغيير، لأنها تتم مكافأتها على القيام بذلك من خلال زيادة الشرعية والموارد وقدرات البقاء. إذ أنه بمجرد هيكله المجال التنظيمي، تظهر قوى مختلفة داخل المجتمع، مما يجعل المنظمات داخل هذا المجال أكثر تشابهاً مع بعضها البعض. تشير هذه النظرية إلى أن المنظمات تميل إلى أن تصبح أكثر تشابهاً (تماثلاً) فيما بينها عند استجابتها لهذه الضغوط المؤسسية. يمكن أن يؤدي هذا التماثل إلى انتشار وتبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات عبر الصناعة أو المجال المؤسسي، حيث تسعى الشركات للامتثال للتوقعات والمعايير المجتمعية السائدة في مجالهم التنظيمي. أي إن الدافع المتوقع للمسؤولية الاجتماعية للشركات هو الرغبة في أن تصبح الشركات مشابهة للشركات الأخرى، من خلال تبني ممارساتها التي يعتبرها المجتمع أو المجموعات القوية بشكل خاص طبيعية⁽⁷²⁾.

يوجد بعدان في النظرية المؤسسية: التماثل والفصل. يعرف التماثل بأنه "عملية مقيدة تجبر وحدة واحدة من المجموع على التشابه مع الوحدات الأخرى التي تواجه نفس مجموعة الظروف البيئية. والتماثل يمكن أن يكون قسرياً، بتأثير عوامل خارجية، مثل تأثير المساهمين، وتأثير الموظفين، وسياسة الحكومة. لذلك، تنشأ هذه العملية بسبب الضغط الذي يمارسه أصحاب المصلحة الأقوياء أو النقاد لتغيير الممارسات المؤسسية للمنظمة مثل إعداد تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات. حيث يمكن إجبار الشركة على تبني ممارساتها الطوعية الحالية لجعلها تتماشى مع توقعات ومتطلبات أصحاب المصلحة الأقوياء لديها، مع احتمال تجاهل توقعات أصحاب المصلحة الأقل قوة، نظراً لأن أصحاب المصلحة الأقوياء هؤلاء قد يكون لديهم توقعات مماثلة من المنظمات الأخرى أيضاً، فسوف يكون هناك ميل إلى التوافق في الممارسات التي تتبناها المنظمات المختلفة - وستميل الممارسات المؤسسية نحو شكل من أشكال التوحيد.

أو يكون التماثل المحاكي، فتشمل المنظمات التي تحاول محاكاة أو نسخ ممارسات المنظمات الأخرى، وذلك في المقام الأول للحصول على ميزة تنافسية من حيث الشرعية. وستكون تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات إحدى هذه الممارسات المبتكرة التي يمكن أن تساعد في الحفاظ على شرعية الشركة وتعزيزها. أما عملية التماثل الثالثة فهي التشابه المعياري. ويتعلق الأمر بالضغوط الناشئة عن القيم المشتركة لتبني ممارسات مؤسسية معينة. مثل الثقافة وممارسات العمل التي تم تطويرها داخل مكان عملهم. تعترف نظرية المؤسسات بأن المنظمات قد تتخبط أحياناً في "الفصل"، حيث تتبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات رمزياً دون دمجها بالكامل في عملياتها الأساسية قد يحدث هذا عندما تواجه الشركات مطالب متضاربة أو عندما يكون هناك فجوة بين التوقعات المجتمعية وقدراتها أو أولوياتها الداخلية.

ومن الضروري الإشارة إلى أن جميع العمليات المتماثلة الثلاث المذكورة أعلاه تفقد المنظمات إلى تبني هياكل وممارسات إدارية مماثلة في مجالاتها، بغض النظر عن فائدتها الفعلية أو كفاءتها التنظيمية. إذ أن النظرية المؤسسية مبنية على فرضية أن المنظمات تستجيب للضغوط من بيئاتها المؤسسية وتتبنى هياكل و/أو إجراءات مقبولة اجتماعياً باعتبارها الخيار التنظيمي المناسب.

وبالتالي فإن النظرية المؤسسية والممارسات التنظيمية، بما في ذلك ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، ترتبط بقيم ومعايير المجتمع الذي تعمل فيه المنظمة. يدفع هذا الارتباط في النهاية المنظمة إلى ضرورة الحفاظ على شرعيتها واكتسابها واستعادتها. تنتقل الهياكل و/أو الممارسات المشروعة إلى المنظمات في مجال ما من خلال الإكراه، ومن خلال التقليد، ومن خلال الضغوط المعيارية. ومن خلال هذه العمليات المتماثلة، تتبنى المنظمات الممارسات المؤسسية. يعتبر الإفصاح الطوعي عن المسؤولية

الاجتماعية للشركات والمشاركة الطوعية في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل المنظمة جزءاً من الممارسة المؤسسية.

وفقاً للنظرية المؤسسية، هناك قوى مختلفة تؤثر على المنظمات لتبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وهنا يحاول المديرون الالتزام بالمعايير المفروضة عليهم بشكل كبير. وبالتالي، تماشياً مع النظرية المؤسسية، فإن الدافع المتوقع للشركات هو الرغبة في أن تصبح مشابهة للشركات الأخرى، من خلال تبني ممارساتها (ومنها ممارسة المسؤولية الاجتماعية) التي يعتبرها المجتمع طبيعية.⁽⁷³⁾

الفرع الثاني: نظرية العقد الاجتماعي

ذهب جانب من الفقه،⁽⁷⁴⁾ إلى تبني نظرية العقد الاجتماعي أساساً نظرياً لفهم العلاقة بين الشركات والمجتمع في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). وتستند هذه النظرية على فكرة أن الشركات موجودة في سياق اجتماعي أوسع ولها التزام بالمساهمة في رفاهية المجتمع، إذ إن الشركات لا تُوجد بمعزل عن المجتمع، ولكنها تُعد جزءاً من نظام اجتماعي أوسع. وبالتالي، فإن على الشركات مسؤولية

تلبية بعض التوقعات المجتمعية والمساهمة في الرفاهية العامة للمجتمعات التي تعمل فيها. بشكل موجز، تُفترض نظرية العقد الاجتماعي أن بين الشركات والمجتمع اتفاقاً ضمنيّاً أو عقداً اجتماعياً يحكم علاقتهما والتوقعات المتبادلة بينهما. ومن خلال وفاء الشركات بالتزاماتها بموجب هذا العقد من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية، يمكن للشركات الحفاظ على شرعيتها وضمان "ترخيص العمل" الخاص بها ضمن النظام الاجتماعي الأوسع. على سبيل المثال، تحصل الشركات على الموارد البشرية والمواد من المجتمع كما أنها تقدم منتجاتها وخدماتها إلى المجتمع.

لقد تم استخدام نظرية العقد الاجتماعي على نطاق واسع لشرح الدوافع وراء مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتُشير إلى أن للشركات التزاماً أخلاقياً وأدبياً في النظر في التأثير الأوسع للمجتمع لعملياتها والمساهمة في رفاهية المجتمعات التي تعمل فيها. على سبيل المثال، قد تشارك شركة تعمل في مجتمع يعاني من مستويات عالية من الفقر والبطالة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل برامج التدريب على الوظائف أو الاستثمار في البنية التحتية المحلية، لتنفيذ عقدها الاجتماعي والحفاظ على شرعيتها داخل هذا المجتمع.

الجوانب الرئيسية لنظرية العقد الاجتماعي في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات هي على النحو التالي:

1- طبيعة العقد الاجتماعي:

تفترض نظرية العقد الاجتماعي أن المجتمع يمنح الشركات بعض الامتيازات والفوائد، مثل الاعتراف القانوني والوصول إلى الموارد وفرص تحقيق الأرباح، أي الحق في الوجود والعمل. مقابل ذلك، من المتوقع أن تستوفي الشركات مسؤولياتها والتزاماتها تجاه المجتمع، بما في ذلك العمل لصالح أصحاب المصلحة والمساهمة في الرفاهية الاجتماعية وتجنب الإضرار.

2- الالتزامات المتبادلة:

إن تنفيذ العقد الاجتماعي، ينتج التزامات وتوقعات متبادلة للشركات والمجتمع. إذ يتوقع المجتمع من الشركات أن تعمل بمسؤولية وأخلاقية، وتخلق قيمة اقتصادية، وتوفر فرص عمل، وتحترم حقوق الإنسان، وتعمل على حماية البيئة والمساهمة في تنمية المجتمع.

من ناحية أخرى، تتوقع الشركات من المجتمع توفير بيئة قانونية وتنظيمية مستقرة، وبنية تحتية قوية، وقوى عاملة ماهرة، وحماية الملكية الفكرية، وإمكانية الوصول إلى الأسواق.

3- موازنة المصالح:

إن أحد الجوانب الرئيسية لنظرية العقد الاجتماعي في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات هو الحاجة إلى موازنة مصالح الشركات والمجتمع. فبينما تهدف الشركات إلى تعظيم الأرباح وخلق القيمة للمساهمين، فإنه من المتوقع منها أيضاً مراعاة مصالح أصحاب المصلحة الأوسع ورفاهية المجتمع. إن إطارات المسؤولية الاجتماعية للشركات، التي تستمد تأثيرها من نظرية العقد الاجتماعي، تؤثر على

الشركات لتذهب أبعد من الامتثال القانوني والمساهمة بشكل نشط في تحقيق أهداف المجتمع، مثل التنمية المستدامة والحد من الفقر والعدالة الاجتماعية.

4- خرق العقد الاجتماعي (الشرعية والبقاء)

من خلال وفاء الشركات بالتزاماتها بموجب العقد الاجتماعي، يمكنها الحفاظ على شرعيتها وضمن "ترخيص التشغيل" الخاص بها ضمن النظام الاجتماعي الأوسع. إذ قد يؤدي الفشل في تلبية التوقعات المجتمعية إلى فقدان الشرعية وتهديد جدوى الشركة ونجاحها على المدى الطويل.

إذ يمكن اعتبار فشل الشركات في الوفاء بالتزاماتها أو التصرف بطريقة تضر بالمجتمع خرقاً للعقد الاجتماعي، وإن انتهاكات العقد الاجتماعي تؤدي إلى فقدان الثقة العامة والتدخل التنظيمي والجزاءات القانونية وسحب الامتيازات المجتمعية. عليه للحفاظ على عقد اجتماعي إيجابي، يجب على الشركات المشاركة في ممارسات الأعمال المسؤولة وإظهار الشفافية ومعالجة المخاوف المجتمعية.⁽⁷⁵⁾

الفرع الثالث: نظرية أصحاب المصلحة Stakeholders Theory

نظرية أصحاب المصلحة هي نظرية معترف بها على نطاق واسع وتستخدم لتحليل وشرح وبيان أساس المسؤولية الاجتماعية للشركات. وباختصار تؤكد هذه النظرية على أهمية مراعاة مصالح وقضايا مختلف أصحاب المصلحة المتأثرين بأنشطة الشركة وقراراتها ونتائجها. إذ أنه من خلال المشاركة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تعالج احتياجات أصحاب المصلحة لديها، يمكن للشركة تعزيز شرعيتها وسمعتها واستدامتها على المدى الطويل.

1- تحديد أصحاب المصلحة:

وفقاً لنظرية أصحاب المصلحة، فإن أصحاب المصلحة هم الأفراد أو المجموعات الذين لديهم مصلحة أو يتأثرون بأنشطة الشركة وقراراتها ونتائجها. ويشمل أصحاب المصلحة الموظفين والعملاء والموردين والمساهمين والمجتمعات والحكومات والمنظمات غير الحكومية والبيئة. ترى هذه النظرية بأن للشركات مسؤوليات ليس فقط تجاه المساهمين ولكن أيضاً تجاه هؤلاء أصحاب المصلحة المتنوعين.

2- مصالح وتأثير أصحاب المصلحة:

تعترف هذه النظرية بأن لأصحاب المصلحة مصالح متنوعة وغالباً متنافسة، والتي يجب على الشركات مراعاتها عند اتخاذ القرارات. إذ يمكن لأصحاب المصلحة ممارسة التأثير على الشركات من خلال وسائل مختلفة، مثل القوة الشرائية وحقوق التصويت والتنظيمات القانونية والرأي العام ورقابة وسائل الإعلام. عليه فإن فهم مصالح وقضايا أصحاب المصلحة والاستجابة لها أمر حاسم لصيانة العلاقات الإيجابية وتحقيق الاستدامة على المدى الطويل. وبالتالي تؤكد هذه النظرية على أن لأصحاب المصلحة مصالحهم الخاصة واحتياجاتهم وشواغلهم التي يجب على الشركات النظر فيها ومعالجتها.⁽⁷⁶⁾

3- المسؤوليات تجاه أصحاب المصلحة:

تؤكد نظرية أصحاب المصلحة على أن للشركات مسؤوليات أخلاقية واجتماعية تجاه أصحاب المصلحة تتجاوز التزاماتها المالية. إذ تفترض هذه النظرية أن على الشركات مسؤولية في النظر في مصالح واهتمامات جميع أصحاب المصلحة ذوي الصلة، وليس فقط مساهمي الشركة أو مالكيها. ويشمل ذلك التعامل مع الآثار الاجتماعية والبيئية والاقتصادية لأنشطة الشركة على أصحاب المصلحة.

تشمل هذه المسؤوليات مراعاة رفاهية أصحاب المصلحة والمشاركة في ممارسات عادلة ومنصفة واحترام حقوق الإنسان وحماية البيئة والمساهمة في المجتمعات التي تعمل فيها. وفي سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات، من المتوقع أن تتجاوز الشركات الامتثال القانوني وتعالج بشكل استباقي مصالح وقضايا أصحاب المصلحة.

4- خلق القيمة والنجاح على المدى الطويل:

تزعم هذه النظرية أنه من خلال إدارة علاقات الشركة مع أصحاب المصلحة بفعالية ومعالجة مصالحهم، يمكن للشركات خلق قيمة طويلة الأجل وتعزيز نجاحها الشامل. إذ إن التواصل مع أصحاب المصلحة وإدماج وجهات نظرهم يمكن أن يؤدي إلى تحسين اتخاذ القرارات والابتكار وتعزيز السمعة والحد من المخاطر وزيادة دعم أصحاب المصلحة. وبالتالي من خلال مراعاة وتكامل وجهات نظر أصحاب

المصلحة، يمكن للشركات محاذاة أهدافها وأفعالها بشكل أفضل مع السياق الاجتماعي الأوسع الذي تعمل فيه.⁽⁷⁷⁾

على الرغم من قدمته نظرية العقد الاجتماعي والنظرية المؤسسية من رؤية قيمة حول المسؤوليات الاجتماعية للشركات، فقد برزت نظرية أصحاب المصلحة باعتبارها المنظور النظري السائد والأكثر قبولاً على نطاق واسع في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. إذ تؤكد هذه النظرية على حاجة الشركات إلى مراعاة مصالح ومطالب مجموعات أصحاب المصلحة المختلفة، وليس فقط المساهمين. كما أنها تركز على مواءمة مصالح أصحاب المصلحة المتعددين من أجل نجاح واستدامة الشركة على المدى الطويل. بالإضافة إلى ذلك، فقد أثبتت الأبحاث التجريبية المكثفة العلاقة الإيجابية بين الإدارة الفعالة لأصحاب المصلحة والنتائج التنظيمية، مثل الأداء المالي والابتكار والسمعة. وقد اكتسبت نظرية أصحاب المصلحة أيضاً قبولاً واسع النطاق بين صناع السياسات والهيئات التنظيمية والمنظمات الدولية باعتبارها إطاراً توجيهياً للمسؤولية الاجتماعية للشركات.⁽⁷⁸⁾

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

أدى الدور المتطور للشركات في المجتمع إلى تزايد الدعوات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات والتي تتجاوز الالتزامات القانونية التقليدية، وهذا ما يثير التساؤل الآتي: هل ينبغي للشركات تبني المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجية مؤسسية للاستخدام الطوعي أم ينبغي أن تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات تشريعاً ملزماً قانوناً؟ هذا الأمر مر بثلاث مراحل متداخلة.

تاريخياً، كان الرأي السائد هو أن المسؤولية الوحيدة التي تقع على عاتق الشركة هي تعظيم الأرباح لمساهميها، ضمن حدود القانون. إذ كان يُنظر إلى الانخراط في أنشطة مسؤولة اجتماعياً تتجاوز الامتثال القانوني على أنه أمر مثير للجدل. إذ كانت الفكرة السائدة هي أنه لا ينبغي للشركات أن تتحمل أي التزامات تجاه المجتمع تتجاوز ما تقتضيه لوائح الدولة الإلزامية.⁽⁷⁹⁾

ومع ذلك، مع مرور الوقت، كان هناك اعتراف متزايد بأن الشركات الكبيرة يمكن أن يكون لها آثار اجتماعية وبيئية كبيرة ومساس بحقوق الإنسان تتجاوز بكثير مصالحها الضيقة. وأدى ذلك إلى تزايد الضغط العام والتوقعات المجتمعية للشركات لتحمل المزيد من المسؤولية الاستباقية لمعالجة هذه التأثيرات الأوسع. وقد عكس ظهور مبادرات المسؤولية الاجتماعية الطوعية للشركات هذا التحول، حيث تم تشجيع الشركات، على الرغم من عدم إلزامها قانوناً، بتبني سياسات وممارسات تساهم في تحقيق الأهداف الاجتماعية والبيئية. ورغم أنها ليست ملزمة قانوناً، إلا أن هذه التوقعات المجتمعية خلقت بُعداً شبه إلزامي لمسؤولية الشركات التي شعرت الشركات بأنها مضطرة للاستجابة لها.⁽⁸⁰⁾

إلا أن هذا التطور نحو قدر أكبر من المسؤولية الاجتماعية للشركات كشف أيضاً عن قيود في الاعتماد فقط على الالتزامات القانونية التقليدية القائمة على الدولة للتحكم في سلوك الشركات. وهذا ما أثار مناقشات مستمرة بين الباحثين والقانونيين حول ما إذا كان من الممكن أو ينبغي دمج مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الطوعية هذه في القوانين الوطنية وإنفاذها من خلالها باعتبارها التزامات قانونية حقيقية مما يطمس الخط الفاصل بين المسؤولية الاجتماعية الطوعية والإلزامية.⁽⁸¹⁾

وهذا ما يبين كيف تحول الدور المجتمعي للشركات تدريجياً من النظر إليه على أنه طوعي بحت، إلى الظهور باعتباره توقعاً عاماً شبه إلزامي، أما النقاش حول ما إذا كان ينبغي التعامل معه باعتباره التزاماً قابلاً للتنفيذ قانوناً من خلال أطر القانون الوطني فلم يتم حله إلى الآن. يعكس هذا التطور الديناميكيات المتغيرة بين الشركات والجمهور والدولة في تحديد طبيعة المسؤولية الاجتماعية للشركات،⁽⁸²⁾ والتي تم تحديدها بثلاث مناهج هي:

الفرع الأول: النهج الطوعي

إن النهج الطوعي للمسؤولية الاجتماعية للشركات يعني أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات هي عمل اختياري يتجاوز ما ينص عليه القانون، ويسترشد بالقيم الأخلاقية أو المصلحة الذاتية للشركة والتي يكون للحكومات فيها دور ضئيل.⁽⁸³⁾ أي أن الشركات قد تطبق أو لا تطبق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في أنشطتها نتيجة لعدم إمكانية فرض تطبيق معايير المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما

يعني بدوره أن الشركات تتمتع بدرجة عالية من المرونة في الطريقة التي ترغب في إدارة أعمالها بها. (84) إذ تسمح الطبيعة التطوعية للمسؤولية الاجتماعية الصريحة للشركات بتكييف استراتيجياتها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية مع سياقاتها المحددة وتوقعات أصحاب المصلحة. (85)

يدافع أنصار المسؤولية الاجتماعية الطوعية للشركات عن عدم وجود حاجة لتدخل الحكومة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات لأن السوق يوفر دافعاً كافياً للشركات للمشاركة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات. (86) وقد ثبت أن الشركات سوف تنفذ ممارسات مسؤولة بيئياً في أنشطتها إذا اكتشفت أن سبل عيشها تعتمد على حسن سير النظام البيئي، ومن الأمثلة على ذلك شركة كوكاكولا، التي تعتمد بنسبة 100% على المياه. وبالنسبة لها، سيكون من المنطقي أكثر من أي شيء آخر تنفيذ ممارسات صديقة للبيئة تعتنى بالموارد التي يقوم عليها وجود الأعمال التجارية ذاتها. (87)

وقد تعرض النهج الطوعي للمسؤولية الاجتماعية للشركات إلى انتقادات واسعة بسبب استحالة فرض عقوبات على الممارسات الضارة ونقص الشفافية والمصادقية في تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات. (88) وقد تثار الشكوك أيضاً في شفافية ومصادقية اتصالات المسؤولية الاجتماعية للشركات، نظراً لأن الشركات حرة في توصيل ما تريده وكيف تريده، وبالتالي يتم إنشاء منطقة رمادية تعزز الاتجاهات نحو المبالغة والترويج الذاتي، والتي قد تشمل أيضاً معلومات كاذبة. (89) لأنه من خلال اتباع النهج الطوعي، تُمنح الشركات الكثير من الحرية في تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا يتم إجبارها حتى على تقديم تقارير دورية حول تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الفرع الثاني: النهج الإلزامي

في حين كان يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات في البداية على أنها ممارسة تطوعية بحتة، إلا أن هناك اتجاهًا متزايدًا نحو إضفاء الطابع المؤسسي على ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وفرضها من خلال القوانين واللوائح والسياسات. إذ أدى إهمال الشركات الكبيرة لمبادرات المسؤولية الاجتماعية إلى إثارة غضب اجتماعي دفع الحكومات إلى البحث عن طرق أخرى لإنفاذ المسؤولية الاجتماعية للشركات. (90)

ويشمل النهج الإلزامي للمسؤولية الاجتماعية للشركات مسؤوليات الشركة في تلبية توقعات المؤسسات الرسمية وغير الرسمية التي تعمل في إطارها، مثل قوانين العمل واللوائح البيئية والمعايير الثقافية. (91) كما تلعب الحكومات وصناع السياسات أيضاً دوراً كبيراً في تشكيل البيئة المؤسسية لتحفيز وفرض ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات المحددة، مثل تقارير الاستدامة والعناية الواجبة بحقوق الإنسان والافصاح وغيرها. (92)

وقد ذهب البعض إلى أن النهج الإلزامي يمكن أن يزيد من الوعي، وتعطي الأولوية لسياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات وتسهل إنشاء مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للشركات المنظمة. (93) لأن غياب قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات الموثوق به هو نتيجة لعدم وجود تنظيم موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد لوحظ أنه في العقود الأخيرة، بدأت الشركات في المساهمة بطرق تتجاوز العمل الخيري نحو المشاركة المباشرة في تنمية المجتمعات المحرومة. (94)

ولكن إن أحد المخاوف الرئيسية في تنفيذ معايير المسؤولية الاجتماعية الإلزامية للشركات في البلدان النامية هو أنها قد تردع الاستثمار الأجنبي. وكما كان يحدث منذ عقود، حيث كانت البلدان النامية تتنافس في ما يسمى "السباق نحو القاع" من خلال إلغاء القيود التنظيمية، وحقوق العمال الهزيلة، ومعايير السلامة المتواضعة، والتوزيع غير المتكافئ للرعاية الاجتماعية، والسلوك البيئي المهمل. (95) كما أن الشركات وفقاً للنهج الإلزامي ستنفذ المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي مجبرة على القيام بذلك، ومن ثم قد يتبنى المديرون نهجاً تفاعلياً بدلاً من النهج الاستباقي تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات. (96) بالإضافة إلى ذلك، أن التشريع لا يمكنه حل قضايا الفساد والأعراف الاجتماعية والظلم والقضايا المتعلقة بالنزاهة، نظراً لأن البلدان المختلفة قد تنظر إلى قضية النزاهة بطرق أو تقاليد مختلفة. (97)

الفرع الثالث: نهج التفاعل بين المسؤولية الاجتماعية الطوعية والإلزامية للشركات

تقر الرؤية السائدة بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات بأن كل من العناصر الطوعية والإلزامية مهمة ومتكاملة في تشكيل المسؤولية الاجتماعية للشركات.⁽⁹⁸⁾ حيث يمكن للشركات دمج مبادرات المسؤولية الاجتماعية الطوعية بشكل استراتيجي مع الامتثال الإلزامي لإنشاء نهج أكثر شمولاً وذا مغزى لمعالجة التحديات الاجتماعية والبيئية.⁽⁹⁹⁾

في الآونة الأخيرة، ومع التطورات التنظيمية الدولية والمحلية الجديدة، نشأ اتجاه جديد نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات، إذ بدأت التعريفات الجديدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات تعترف بأهمية الجوانب الإلزامية والطوعية في تنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات. إذ ذهب البعض إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي حركة اجتماعية سياسية تولد مبادرات تنظيمية ذاتية خاصة، تتضمن معايير القانون الدولي العام والخاص والتي تسعى إلى تخفيف الأضرار الاجتماعية وتعزيز الصالح العام من قبل المنظمات الصناعية.⁽¹⁰⁰⁾ فمن غير الدقيق الاعتقاد بأن المسؤولية الاجتماعية الإلزامية والطوعية للشركات لا يمكن أن تتعايش، إذ يمكن أن يشمل تنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات التنظيم الذاتي، والتنظيم الخاص، والتنظيم العام.⁽¹⁰¹⁾ كما اعترفت المفوضية الأوروبية بالدور الذي يجب أن تلعبه السلطات العامة من خلال مزيج ذكي من تدابير السياسة الطوعية والتنظيم التكميلي للمسؤولية الاجتماعية للشركات حيثما كان ذلك ضرورياً.⁽¹⁰²⁾ إذ إن الجمع بين المسؤولية الاجتماعية الطوعية والإلزامية للشركات يمكن أن يؤدي إلى نظام أكثر قوة ومؤسسية للمساءلة والمسؤولية للشركات.⁽¹⁰³⁾

إذ قد لا تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات الإلزامية وحدها كافية لمعالجة التحديات الاجتماعية والبيئية المعقدة التي يواجهها المجتمع، مما يستلزم دوراً أكثر استباقية وتطوعاً للشركات. يمكن لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الطوعية أن تساعد في سد الفجوات التي خلفتها القواعد الإلزامية، مما يمكن الشركات من معالجة القضايا الناشئة ومخاوف أصحاب المصلحة بطريقة أكثر مرونة واستجابة.⁽¹⁰⁴⁾ إن الجمع بين المسؤولية الاجتماعية الطوعية والإلزامية للشركات يمكن أن يساعد الشركات على بناء الثقة والحفاظ على شرعيتها مع مختلف أصحاب المصلحة.⁽¹⁰⁵⁾

وسواء ظلت المسؤولية الاجتماعية للشركات طوعية أو أصبحت إلزامية، فإن دور الحكومة في المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يمكن إنكاره. إذ يمكن للحكومات تحفيز المسؤولية الاجتماعية الطوعية للشركات من خلال المعاملات التفضيلية، والتصاريح، والمراقبة، والإعانات أو تحرير القيود التنظيمية.⁽¹⁰⁶⁾ كما يمكن أن يؤدي الجمع بين المسؤولية الاجتماعية الطوعية والإلزامية إلى نظام أكثر قوة ومؤسسية للمساءلة والمسؤولية للشركات.⁽¹⁰⁷⁾

المطلب الثالث: موقف المشرع العراقي تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات

بدأت المسؤولية الاجتماعية للشركات في العراق في عام 2004 عند صدور القانون المؤقت لسوق الأوراق المالية رقم 74 لسنة 2004 والذي يعتبر أول قانون إلزامي للإفصاح عن المعلومات المالية والاجتماعية ومعايير التدقيق والمحاسبة في العراق، إذ تضمن القسم 3 بند 6 إلزام الشركات بتقديم تقارير مالية فصلية وسنوية وفق المعايير المحاسبية المعمول بها وإن تكون المعلومات دقيقة وموضوعية. كما خول القسم 12 بند 12 منه الهيئة المؤقتة للسوق بإصدار التعليمات الخاصة بالسوق والإفصاح والتقارير التي يتطلب كشفها للجمهور، وقد صدرت استناداً لذلك تعليمات من الهيئة، منها اللائحة التنظيمية رقم (8) إفصاح الشركات المدرجة، اللائحة التنظيمية رقم (10) الإفصاح عن النسب المؤثرة، واللائحة التنظيمية رقم (9) الإفصاح المالي لشركات الوساطة المالية.

وعلاوة على ذلك، صدر قانون حماية وتحسين البيئة رقم 27 لسنة 2009 لغرض حماية البيئة، فضلاً عن تطوير استدامة مكوّناتها، إذ حدد هدفه في المادة (1) منه بحماية وتحسين البيئة من خلال إزالة ومعالجة الضرر الموجود فيها أو الذي يطرأ عليها والحفاظ على الصحة العامة والموارد الطبيعية والتنوع الحيائي والتراث الثقافي والطبيعي بالتعاون مع الجهات المختصة بما يضمن التنمية المستدامة وتحقيق التعاون الدولي والإقليمي في هذا المجال. وهذا ما يشجع الشركات في العراق على الالتزام بمعايير الرقابة البيئية.

ولا يحتوي التشريع العراقي على قوانين معنونة باسم حوكمة الشركات وصادرة من أية جهة معينة ، إلا أنه مع ذلك يعد من أكثر القوانين تبنيًا لقواعد حوكمة الشركات ، من خلال تشريعاته المتنوعة والمتعلقة بالنشاط الاقتصادي . وتتجلى حوكمة الشركات في التشريع العراقي من خلال أحكام قانون الشركات العراقي رقم 21 لسنة 1997 وتعديلاته حيث تنص المادة الأولى منه على ان: (يهدف هذا القانون إلى : 1- تنظيم الشركات 2- حماية الدائنين من الاحتيال 3- حماية حاملي الاسهم من تضارب المصالح ومن سوء تصرف مسؤولي الشركة ومالكي أغلبية الاسهم والمسيطرين على شؤونها فعلياً 4- تعزيز توفير المعلومات الكاملة للمالك المتعلقة بقرارات تؤثر على استثماراتهم وشركتهم). ومما يلاحظ في هذا الشأن أن هذه الاهداف هي ذات المبادئ التي وضعتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) لحوكمة الشركات ، يضاف إلى ذلك التعديلات الأخرى المتعلقة بوضع هيكلية مغايرة لإدارة الشركة والوظائف التي يقوم بها والرقابة عليها⁽¹⁰⁸⁾.

بالإضافة الى ذلك فقد تضمن القانون المذكور التزام الشركات ببعض مبادرات المسؤولية الاجتماعية بشكل غير مباشر اذ نصت المادة 74 منه - (أولاً: يستخدم الاحتياطي لأغراض توسيع وتطوير أعمال الشركة، ومن أجل تحسين أوضاع العاملين فيها، ومن أجل الاشتراك في مشاريع لها علاقة بنشاط الشركة، ومن أجل المساهمة في حماية البيئة وبرامج الرعاية الاجتماعية، لا توزع الارباح من الاحتياطي).

تشير هذه المادة إلى أنه يمكن استخدام الأموال الاحتياطية للشركة لتطوير عمليات الشركة، وتحسين ظروف العمال، وإقامة المشاريع ذات الصلة، وحماية البيئة، وبرامج الرعاية الاجتماعية. وكل هذه الأمور التي ذكرها النص هي من مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وايضا ما نصت عليه المادة 134: (خامساً: المبالغ التي أنفقت لأغراض الدعاية والسفر والضيافة والتبرعات مع بيان توضيحي).

اذ تتطلب هذه المادة من الشركة الإفصاح عن أي مبالغ يتم إنفاقها على الإعلانات والسفر والضيافة والتبرعات في تقاريرها السنوية.

تشير الأحكام الواردة في هذه المواد إلى أن القانون العراقي قد أدرج بعض عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل حماية البيئة، ودعم الرعاية الاجتماعية، والشفافية في الإبلاغ عن الأنشطة الخيرية. ومع ذلك، لا يتضمن القانون قسماً أو فصلاً مخصصاً للمتطلبات الشاملة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. إذ أنه لم يقدم تفاصيل حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وبالتالي يمكن الاستنتاج أن الإطار القانوني المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في العراق لا يزال لا يمتلك إرشادات مفصلة حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يستدعي المشرع العمل أكثر وتخصيص فصلاً شاملاً يبين فيه الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

الخاتمة

في ختام هذا البحث، يبرز أهمية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات كوسيلة حيوية لتعزيز التنمية المستدامة والازدهار الاقتصادي في المجتمعات. إذ يمكن للشركات أن تلعب دوراً أكثر فاعلية في بناء مستقبل أفضل للجميع من خلال تحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتعزيز التوعية وتطوير السياسات، بالإضافة الى تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص. المسؤولية الاجتماعية للشركات في العراق تمثل أداة مهمة لمواجهة التحديات الاقتصادية والعولمة، لكن دورها لا يزال محل جدل وغموض قانوني. لذا يجب وضع إطار قانوني واضح لتنظيم هذه الممارسات، وتشجيع الشركات على تبنيها للتأثير الإيجابي على التنمية المستدامة، لان تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل عام وفي العراق بشكل خاص خطوة أساسية نحو بناء اقتصاد أكثر استدامة وتوازناً، مع تحقيق الازدهار الاقتصادي والاجتماعي للمجتمعات. ونبين ادناه اهم النتائج والتوصيات:

النتائج:

- 1- اكتسبت المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) اهتماماً كبيراً في السنوات الأخيرة، حيث تسعى الشركات إلى الموازنة بين أهدافها الاقتصادية والاعتبارات الاجتماعية والبيئية، إذ أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست مجرد مفهوم نظري، بل هي أداة فعالة يمكن للشركات من خلالها تحقيق توازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.
- 2- هناك جدل وغموض كبيران حول دور المسؤولية الاجتماعية للشركات والسياسات المحيطة بها، خاصة فيما يتعلق بأسسها وطبيعتها القانونية. وقد أظهرت الدراسة أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يسهم في تعزيز النجاح الاقتصادي للشركات من خلال تحسين سمعتها وعلاقتها بالمجتمع.
- 3- في سياق العراق، تمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات أداة مهمة للتخفيف من التحول الاقتصادي الذي شهده العراق مؤخراً وتأثيرات العولمة، إذ يشكل القطاع الخاص والشركات العمود الفقري للاقتصاد الوطني، كما أن هناك تحديات قانونية وثقافية تعيق تنفيذ مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات في العراق.

التوصيات: بناءً على هذه النتائج، يقترح الباحث عدد من التوصيات التي يمكن اعتبارها دعم لتطبيق المسؤولية الاجتماعية وخاصة في العراق:

- 1- ندعو الشركات إلى دمج المسؤولية الاجتماعية كعنصر أساسي في استراتيجياتها العامة لتحقيق التنمية المستدامة، وتعزيز الشفافية ومراعاة حقوق العمال وحماية البيئة لتحقيق للمساهمة في التنمية المجتمعية.
- 2- تعزيز الشراكة بين القطاع الخاص والحكومة والمجتمع المدني لتطوير برامج المسؤولية الاجتماعية وتنفيذها بفعالية.
- 3- ضرورة وضع إطار قانوني وتنظيمي عام واضح للمسؤولية الاجتماعية للشركات في العراق، يحدد الواجبات والحوافز والآليات التنفيذية.
- 4- تشجيع الشركات العراقية على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال حوافز وسياسات حكومية داعمة.
- 5- إدراج متطلبات المسؤولية الاجتماعية ضمن معايير منح عقود وتراخيص الأعمال في العراق، وخاصة عقود التراخيص النفطية.
- 6- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول واقع وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية للشركات في العراق.

الهوامش

- (1) See: Idowu, Samuel O., Nicholas Capaldi, Liangrong Zu, and Ananda Das Gupta, eds. *Encyclopedia of corporate social responsibility*. Vol. 21. New York: Springer, 2013; Aras, Güler, and David Crowther. *A handbook of corporate governance and social responsibility*. Routledge, 2016, p. 73.
- (2) Carnegie, AndrewHG. *The gospel of wealth, and other timely essays*. Harvard University Press, 1962;
- (3) Kaufman, Bruce E. "The global evolution of industrial relations: Events, ideas, and the IIRA." *ILR Review* 59, no. 3 (2006): 496-505; Kochan, Thomas A., Harry C. Katz, and Robert B. McKersie. "The Transformation of American Industrial Relations." (2019).
- (4) Nader, R. "Unsafe at any speed: the designed in dangers of the American automobile." (1972); Beder, Sharon, and Beder. *Global spin: The corporate assault on environmentalism*. Vol. 2. Totnes: Green Books, 2002.
- (5) Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010; Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston. "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications." *Academy of management Review* 20, no. 1 (1995): 65-91.
- (6) Elkington, John, and Ian H. Rowlands. "Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business." *Alternatives Journal* 25, no. 4 (1999): 42; United Nations Global Compact. (2000). The Ten Principles of the UN Global Compact. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- (7) Gond, Jean-Pascal, and Andrew Crane. "Corporate social performance disoriented: Saving the lost paradigm?." *Business & Society* 49, no. 4 (2010): 677-703; Searcy, Cory. "Corporate sustainability performance measurement systems: A review and research agenda." *Journal of business ethics* 107 (2012): 239-253.
- (8) Kramer, Mark R., and Michael Porter. *Creating shared value*. Vol. 17. Boston, MA, USA: FSG, 2011; Schaltegger, Stefan, Florian Lüdeke-Freund, and Erik G. Hansen. "Business models for sustainability: A co-evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation." *Organization & environment* 29, no. 3 (2016): 264-289.
- (9) Okoye, Adaeze. "Theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept: Is a definition necessary?." *Journal of business ethics* 89 (2009): 613-627.
- (10) Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice." *International journal of management reviews* 12, no. 1 (2010): 85-105; Schwartz, Mark S., and Archie B. Carroll. "Integrating and unifying competing and complementary frameworks: The search for a 47, no. 2 (2008): 148-*Society* common core in the business and society field." *Business & Society* 47, no. 2 (2008): 148-186.
- (11) Lea, Ruth. *Corporate social responsibility: IOD member opinion survey*. Institute of Directors, 2007.
- (12) European Commission. (2011). A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, Brussels, 25.10.2011, COM (2011) 681 final. Available at: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>.
- (13) Bortree, Denise Sevvick. "The state of CSR communication research: A summary and future direction." *Public Relations Journal* 8, no. 3 (2014): 1-8.
- (14) Moir, Lance. "What do we mean by corporate social responsibility?" *Corporate Governance: The international journal of business in society* 1, no. 2 (2001): 16-22.

- (15) Okpara, John O., and Samuel O. Idowu, eds. *Corporate social responsibility: Challenges, opportunities and strategies for 21st century leaders*. Springer Science & Business Media, 2013, p. 5.
- (16) Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010; McWiliams, Abigail, and Donald Siegel. "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 137-147. Routledge, 2018; Elkington, John. "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business." *Journal of Business Ethics* 23, no. 2 (2000); Smith, Craig. "The new corporate philanthropy." *Harvard business review* 72, no. 3 (1994): 105-114.
- (17) Hörisch, Jacob, Stefan Schaltegger, and R. Edward Freeman. "Integrating stakeholder theory and sustainability accounting: A conceptual synthesis." *Journal of Cleaner Production* 275 (2020): 124097; Jamali, Dima. "A stakeholder approach to corporate social responsibility: A fresh perspective into theory and practice." *Journal of business ethics* 82 (2008): 213-231.
- (18) Chiu, Shih-chi, and Azadeh Sabz. "Can corporate divestiture activities lead to better corporate social performance?." *Journal of business ethics* 179, no. 3 (2022): 849-866; Gatti, Lucia, Peter Seele, and Lars Rademacher. "Grey zone in-greenwash out. A review of greenwashing research and implications for the voluntary-mandatory transition of CSR." *International Journal of Corporate Social Responsibility* 4, no. 1 (2019): 1-15.
- (19) Kolk, Ans. "The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development." *Journal of World Business* 51, no. 1 (2016): 23-34; Ashrafi, Mehrnaz, Michelle Adams, Tony R. Walker, and Greg Magnan. "How corporate social responsibility can be integrated into corporate sustainability: A theoretical review of their relationships." *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* 25, no. 8 (2018): 672-682.
- (20) Guenther, Edeltraud, Holger Hoppe, and Claudia Poser. "Environmental corporate social responsibility of firms in the mining and oil and gas industries: Current status quo of reporting following GRI guidelines." *Greener Management International* 53 (2006): 7-25; Schaltegger, Stefan, and Roger Burritt. "Business cases and corporate engagement with sustainability: Differentiating ethical motivations." *Journal of business ethics* 147 (2018): 241-259.
- (21) Doh, Jonathan P., and Narda R. Quigley. "Responsible leadership and stakeholder management: Influence pathways and organizational outcomes." *Academy of Management Perspectives* 28, no. 3 (2014): 255-274; Jamali, Dima, and Charlotte Karam. "Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study." *International journal of management reviews* 20, no. 1 (2018): 32-61.
- (22) Bellantuono, Nicola, Pierpaolo Pontrandolfo, and Barbara Scozzi. "Capturing the stakeholders' view in sustainability reporting: a novel approach." *Sustainability* 8, no. 4 (2016): 379; Hahn, Rüdiger, and Regina Lülfs. "Legitimizing negative aspects in GRI-oriented sustainability reporting: A qualitative analysis of corporate disclosure strategies." *Journal of business ethics* 123 (2014): 401-420.
- (23) Bocquet, Rachel, Christian Le Bas, Caroline Mothe, and Nicolas Poussing. "CSR, innovation, and firm performance in sluggish growth contexts: A firm-level empirical analysis." *Journal of Business Ethics* 146 (2017): 241-254; Husted, Bryan W., and José de Jesus Salazar. "Taking Friedman seriously: Maximizing profits and social performance." *Journal of Management studies* 43, no. 1 (2006): 75-91.
- (24) Moir, Lance. "What do we mean by corporate social responsibility?." *Corporate Governance: The international journal of business in society* 1, no. 2 (2001): 16-22.

- (25) Wood, Donna J. "Corporate social performance revisited." *Academy of management review* 16, no. 4 (1991): 691-718.
- (26) Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice." *International journal of management reviews* 12, no. 1 (2010): 85-105; Stephenson, Arinaitwe K. "The pursuit of CSR and business ethics policies: Is it a source of competitive advantage for organizations." *The Journal of American Academy of Business* 14, no. 2 (2009): 251-262.
- (27) C. Chen, Jennifer, Dennis M. Patten, and Robin W. Roberts. "Corporate charitable contributions: A corporate social performance or legitimacy strategy?." *Journal of Business Ethics* 82 (2008): 131-144; Brammer, Stephen, and Stephen Pavelin. "Voluntary social disclosures by large UK companies." *Business Ethics: A European Review* (2004), p.91; Fombrun, Charles J. "Realizing value from the corporate image." *Harvard Business School Press, Boston, MA* (1996); Brammer, Stephen J., and Stephen Pavelin. "Corporate reputation and social performance: The importance of fit." *Journal of management studies* 43, no. 3 (2006): 435-455.
- (28) Suchman, Mark C. "Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches." *Academy of management review* 20, no. 3 (1995): 571-610; Palazzo, Guido, and Andreas Georg Scherer. "Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework." *Journal of business ethics* 66 (2006): 71-88.
- (29) Kramer, Mark R., and Michael E. Porter. "Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility." *Harvard business review* 84, no. 12 (2006): 78-92; Bruch, Heike, and Frank Walter. "The keys to rethinking corporate philanthropy." *MIT Sloan management review* (2005); House, Ronald McDonald. "Ronald McDonald house charities of Southern California." (2010). Available at: <http://www.rmhcsc.org/>; Depot, Home. "Rebuilding hope and homes: mapping our impact." (2009). Retrieved from <http://rhh.homedepot.com/pc.htm>.
- (30) Smith, Timothy. "Institutional and social investors find common ground." *The Journal of Investing* 14, no. 3 (2005): 57-65; Pivato, Sergio, Nicola Misani, and Antonio Tencati. "The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food." *Business ethics: A European review* 17, no. 1 (2008): 3-12; Bocken, N., and Frank Boons. "Designing sustainable business models—expanding boundaries to create positive value." In *18th European Roundtable on Sustainable Consumption and production Conference (ERSCP 2017)*. 2017.
- (31) Ameer, Rashid, and Radiah Othman. "Sustainability practices and corporate financial performance: A study based on the top global corporations." *Journal of business ethics* 108 (2012): 61-79; Leck, Joanne D. "Making employment equity programs work for women." *Canadian Public Policy/Analyse de Politiques* (2002): S85-S100; Mor Barak, Michàlle E. "Inclusion is the key to diversity management, but what is inclusion?." *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance* 39, no. 2 (2015): 83-88.
- (32) Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice." *International journal of management reviews* 12, no. 1 (2010): 85-105; Waddock, Sandra A., and Samuel B. Graves. "The corporate social performance—financial performance link." *Strategic management journal* 18, no. 4 (1997): 303-319; Saeidi, Sayedeh Parastoo, Saudah Sofian, Parvaneh Saeidi, Sayyede Parisa Saeidi, and Seyyed Alireza Saeidi. "How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction." *Journal of business research* 68, no. 2 (2015): 341-350.

- (33) Crane, Andrew, Guido Palazzo, Laura J. Spence, and Dirk Matten. "Contesting the value of "creating shared value"." *California management review* 56, no. 2 (2014): 130-153; Tantalo, Caterina, and Richard L. Priem. "Value creation through stakeholder synergy." *Strategic management journal* 37, no. 2 (2016): 314-329.
- (34) Vogel, David. *The market for virtue: The potential and limits of corporate social responsibility*. Brookings Institution Press, 2007; Nidumolu, Ram, Coimbatore K. Prahalad, and Madhavan R. Rangaswami. "Why sustainability is now the key driver of innovation." *Harvard business review* 87, no. 9 (2009): 56-64; Maignan, Isabelle, and O. C. Ferrell. "Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework." *Journal of the Academy of Marketing science* 32 (2004): 3-19.
- (35) Adeyeye, Adefolake O. *Corporate social responsibility of multinational corporations in developing countries: Perspectives on anti-corruption*. Cambridge University Press, 2012, p. 8.
- (36) Friedman, Milton. *Capitalism and freedom*. Chicago University Press, 2002, P. 16; Zimmerli, Walther Ch. *Corporate ethics and corporate governance*. Springer, 2007, P. 174-176.
- (37) Garriga, Elisabet, and Domènec Melé. "Corporate social responsibility theories: Mapping the territory." *Journal of business ethics* 53, no. 1 (2004): 51.
- (38) Carroll, Archie B. "A three-dimensional conceptual model of corporate performance." *Academy of management review* 4, no. 4 (1979): 497-505; Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice." *International journal of management reviews* 12, no. 1 (2010): 85-105; D Stone, Christopher. "Where the law ends: The social control of corporate behavior." *Business Horizons* 19, no. 3 (1976): 84-87.
- (39) Carroll, Archie B., and Ann K. Buchholtz. "Business and society: Ethics and stakeholder management: Cincinnati." *OH: South-Western College Publishing* (2000), p. 35; Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice." *International journal of management reviews* 12, no. 1 (2010): Carroll, Archie B. "A three-dimensional conceptual model of corporate performance." *Academy of management review* 4, no. 4 (1979): 497-505; Carroll, Archie B. "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders." *Business horizons* 34, no. 4 (1991): 39-48; Carroll, Archie B. "Corporate social responsibility." *Organizational dynamics* 44, no. 2 (2015): 87-96; Schwartz, Mark S., and Archie B. Carroll. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 55-82. Routledge, 2018, p. 508; Hennigfeld, Judith, Manfred Pohl, and Nick Tolhurst, eds. *The ICCA handbook on corporate social responsibility*. John Wiley & Sons, 2006, p. 6-9; Zimmerli, Walther Ch. *Corporate ethics and corporate governance*. Springer, 2007, p. 181.
- (40) See: Schwartz, Mark S., and Archie B. Carroll. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 55-82. Routledge, 2018.
- (41) Jain, Tanusree, and Rashid Zaman. "When boards matter: The case of corporate social irresponsibility." *British Journal of Management* 31, no. 2 (2020): 365-386; Mallin, Christine, Hisham Farag, and Kean Ow-Yong. "Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks." *Journal of Economic Behavior & Organization* 103 (2014): S21-S38.
- (42) Hawn, Olga, and Ioannis Ioannou. "Mind the gap: The interplay between external and internal actions in the case of corporate social responsibility." *Strategic management*

- journal* 37, no. 13 (2016): 2569-2588; Gond, Jean-Pascal, and Luc Brès. "Designing the tools of the trade: How corporate social responsibility consultants and their tool-based practices created market shifts." *Organization Studies* 41, no. 5 (2020): 703-726.
- (43) Walls, Judith L., Pascual Berrone, and Phillip H. Phan. "Corporate governance and environmental performance: Is there really a link?." *Strategic management journal* 33, no. 8 (2012): 885-913; Rao, Kathyayini, and Carol Tilt. "Board composition and corporate social responsibility: The role of diversity, gender, strategy and decision making." *Journal of business ethics* 138 (2016): 327-347.
- (44) Haniffa, Roszaini M., and Terry E. Cooke. "The impact of culture and governance on corporate social reporting." *Journal of accounting and public policy* 24, no. 5 (2005): 391-430; Ntim, Collins G., and Teerooven Soobaroyen. "Corporate governance and performance in socially responsible corporations: New empirical insights from a Neo-Institutional framework." *Corporate Governance: An International Review* 21, no. 5 (2013): 468-494.
- (45) Holden, Erling, Kristin Linnerud, and David Banister. "Sustainable development: Our common future revisited." *Global environmental change* 26 (2014): 130-139.
- (46) Hopwood, Bill, Mary Mellor, and Geoff O'Brien. "Sustainable development: mapping different approaches." *Sustainable development* 13, no. 1 (2005): p. 40.
- (47) Strategy, Transformational CSR. "Corporate social responsibility." (2011), p. 3.
- (48) Hahn, Rüdiger, and Michael Kühnen. "Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research." *Journal of cleaner production* 59 (2013): p. 5; Montiel, Ivan. "Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures." *Organization & environment* 21, no. 3 (2008): p. 246.
- (49) Hörisch, Jacob, R. Edward Freeman, and Stefan Schaltegger. "Applying stakeholder theory in sustainability management: Links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework." *Organization & environment* 27, no. 4 (2014): p. 330; Jamali, Dima, and Charlotte Karam. "Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study." *International journal of management reviews* 20, no. 1 (2018): p. 33.
- (50) Hörisch, Jacob, et al. p. 33; Dima, and Charlotte Karam, p. 42.
- (51) Scheyvens, Regina, Glenn Banks, and Emma Hughes. "The private sector and the SDGs: The need to move beyond 'business as usual'." *Sustainable Development* 24, no. 6 (2016): p. 373.
- (52) Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010, p. 25; Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston. "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications." *Academy of management Review* 20, no. 1 (1995): p. 67.
- (53) Jamali & Karam, p. 44
- (54) Hörisch et al., p. 332
- (55) Nations, United. "Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development." *New York: United Nations, Department of Economic and Social Affairs* 1 (2015): p. 14.
- (56) Amran, Azlan, Shiau Ping Lee, and S. Susela Devi. "The influence of governance structure and strategic corporate social responsibility toward sustainability reporting quality." *Business Strategy and the environment* 23, no. 4 (2014): 217-235.
- (57) Burritt, Roger L., and Stefan Schaltegger. "Sustainability accounting and reporting: fad or trend?." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 23, no. 7 (2010): 829-846.

- (58) Rosati, Francesco, and Lourenço GD Faria. "Addressing the SDGs in sustainability reports: The relationship with institutional factors." *Journal of cleaner production* 215 (2019): p. 1313.
- (59) Ibid. p. 315.
- (60) Scheyvens et al., p. 375.
- (61) Burritt & Schaltegger, p. 833.
- (62) Schaltegger & Burritt, p. 241; Amran et al., p. 669.
- (63) Schaltegger & Burritt, p. 250.
- (64) Amran et al., p. 678.
- (65) Jamali & Karam, p. 47.
- (66) OECD, 2015, p. 9.
- (67) Calabrese et al., p. 156.
- (68) Burritt & Schaltegger, p. 835.
- (69) Calabrese, Armando, Roberta Costa, Nathan Levialdi, and Tamara Menichini. "Integrating sustainability into strategic decision-making: A fuzzy AHP method for the selection of relevant sustainability issues." *Technological Forecasting and Social Change* 139 (2019): p. 156.
- (70) Gupta & Brubaker, p. 397.
- (71) Brammer, Stephen, Gregory Jackson, and Dirk Matten. "Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance." *Socio-economic review* 10, no. 1 (2012): 3-28; Delmas, Magali A., and Michael W. Toffel. "Organizational responses to environmental demands: Opening the black box." *Strategic management journal* 29, no. 10 (2008): 1027-1055; DiMaggio, Paul J., and Walter W. Powell. "The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields." *The New Economic Sociology: A Reader* (2021): 111; Marquis, Christopher, Mary Ann Glynn, and Gerald F. Davis. "Community isomorphism and corporate social action." *Academy of management review* 32, no. 3 (2007): 925-945; Behnam, Michael, and Tammy L. MacLean. "Where is the accountability in international accountability standards?: A decoupling perspective." *Business Ethics Quarterly* 21, no. 1 (2011): 45-72; Wijen, Frank. "Means versus ends in opaque institutional fields: Trading off compliance and achievement in sustainability standard adoption." *Academy of Management Review* 39, no. 3 (2014): 302-323; Gond, Jean-Pascal, Nahee Kang, and Jeremy Moon. "The government of self-regulation: On the comparative dynamics of corporate social responsibility." *Economy and society* 40, no. 4 (2011): 640-671; Thornton, Patricia H., William Ocasio, and Michael Lounsbury. *The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure and process*. OUP Oxford, 2012; Greenwood, Royston, Mia Raynard, Farah Kodeih, Evelyn R. Micelotta, and Michael Lounsbury. "Institutional complexity and organizational responses." *Academy of Management annals* 5, no. 1 (2011): 317-371.
- (72) Hahn, Tobias, Frank Figge, Jonatan Pinkse, and Lutz Preuss. "A paradox perspective on corporate sustainability: Descriptive, instrumental, and normative aspects." *Journal of business ethics* 148 (2018): 235-248; Matten, D., & Moon, J. Reflections on the 2018 Decade Award: The Meaning and Dynamics of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 45(1), 2020, 7-28; Benn, S., Edwards, M., & Williams, T. *Organizational change for corporate sustainability*. Routledge, (2014).;
- (73) Mair, Johanna, Julie Battilana, and Julian Cardenas. "Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models." *Journal of business ethics* 111 (2012): 353-373; Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R., & Lounsbury, M. Institutional complexity and organizational responses. *Academy of Management Annals*, 5(1), 2011, 317-371.

- (74) Crane, Andrew, Dirk Matten, and Laura Spence, eds. *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context*. Routledge, 2019; Donaldson, Thomas, and Thomas W. Dunfee. "Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory." *Academy of management review* 19, no. 2 (1994): 252-284; Elkington, John. "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business." *Journal of Business Ethics* 23, no. 2 (2000); Werhane, Patricia Hogue. *Moral imagination and management decision-making*. Oxford University Press, 1999.
- (75) Scherer, Andreas Georg, and Guido Palazzo. "The new political role of business in a globalized world: A review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance, and democracy." *Journal of management studies* 48, no. 4 (2011): 899-931; Melé, Domènec. "Corporate Social Responsibility Theories." *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (2009): 47-82; Spence, Laura J., and Leonardo Rinaldi. "Governmentality in accounting and accountability: A case study of embedding sustainability in a supply chain." *Accounting, Organizations and Society* 39, no. 6 (2014): 433-452.
- (76) Freeman, R. Edward. "Strategic Management: A Stakeholder Approach." (2015); Clarkson, Max E. "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance." *Academy of management review* 20, no. 1 (1995): 92-117; Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston. "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications." *Academy of management Review* 20, no. 1 (1995): 65-91; Carroll, Archie B., and Ann K. Buchholtz. "Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management, Cengage Learning." (2014).
- (77) Noland, James, and Robert Phillips. "Stakeholder engagement, discourse ethics and strategic management." *International Journal of Management Reviews* 12, no. 1 (2010): 39-49; Tantaló, Caterina, and Richard L. Priem. "Value creation through stakeholder synergy." *Strategic management journal* 37, no. 2 (2016): 314-329; Littau, Paul, Nirmala Jyothi Jujagiri, and Gerald Adlbrecht. "25 years of stakeholder theory in project management literature (1984-2009)." *Project Management Journal* 41, no. 4 (2010): 17-29; Harrison, Jeffrey S., and Andrew C. Wicks. "Stakeholder theory, value, and firm performance." *Business ethics quarterly* 23, no. 1 (2013): 97-124; Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W. (2014). Microfoundations for stakeholder theory: Managing stakeholders with heterogeneous motives. *Strategic Management Journal*, 35(1), 107-125.
- (78) Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010; Wood, Donna J. "Corporate social performance revisited." *Academy of management review* 16, no. 4 (1991): 691-718; Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston. "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications." *Academy of management Review* 20, no. 1 (1995): 65-91; Logsdon, Jeanne M., and Donna J. Wood. "Business citizenship: From domestic to global level of analysis." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 175-207. Routledge, 2018; Craig, Deegan. "Introduction. The legitimising effect of social and environmental disclosures-a theoretical foundation." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15, no. 3 (2002): 282-311; Suchman, Mark C. "Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches." *Academy of management review* 20, no. 3 (1995): 571-610;
- (79) Beckers, Anna. *Enforcing corporate social responsibility codes: on global self-regulation and national private law*. Bloomsbury Publishing, 2015. P, 4-9.
- (80) Ibid. ; Backer, Larry Catá. "A Lex Mercatoria for Corporate Social Responsibility Codes Without the State: A Critique of Legalization within the State under the Premises of Globalization." *Ind. J. Global Legal Stud.* 24 (2017): 115.

- (81) Joerges, Christian, Inger-Johanne Sand, and Gunther Teubner, eds. *Transnational governance and constitutionalism*. Hart Publishing, 2004.
- (82) Beckers, Anna. P, 14.
- (83) Dentchev, Nikolay A., Mitchell Van Balen, and Elvira Haezendonck. "On voluntarism and the role of governments in CSR: Towards a contingency approach." *Business Ethics: A European Review* 24, no. 4 (2015): 378-397.
- (84) Cominetti, Marta, and Peter Seele. "Hard soft law or soft hard law? A content analysis of CSR guidelines typologized along hybrid legal status." *uwf UmweltWirtschaftsForum* 24 (2016): 127-140.
- (85) Matten, Dirk, and Jeremy Moon. "'Implicit' and 'explicit' CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility." *Academy of management Review* 33, no. 2 (2008): 404-424. P, 409.
- (86) González, Marta De La Cuesta, and Carmen Valor Martinez. "Fostering corporate social responsibility through public initiative: From the EU to the Spanish case." *Journal of Business Ethics* 55 (2004): 275-293.
- (87) Lambooy, Tineke Elisabeth. *Corporate social responsibility: legal and semi-legal frameworks supporting CSR: Developments 2000-2010 and case studies*. Leiden University, P. 7. 2010.
- (88) Gatti, Lucia, Babitha Vishwanath, Peter Seele, and Bertil Cottier. "Are we moving beyond voluntary CSR? Exploring theoretical and managerial implications of mandatory CSR resulting from the new Indian companies act." *Journal of business ethics* 160 (2019): 961-972. p. 6.
- (89) Lock, Irina, and Peter Seele. "The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries." *Journal of cleaner production* 122 (2016): 186-200.
- (90) Flammer, Caroline. "Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors." *Academy of Management journal* 56, no. 3 (2013): 758-781. P, 759.
- (91) Matten & Moon, p. 409
- (92) Waddock, Sandra. "Building a new institutional infrastructure for corporate . 2responsibility." *Academy of Management perspectives* 22, no. 3 (2008): 87-108. P, 9
- , p. 7 (93) Gatti et al.
- (94) Das Gupta, Aruna, and Ananda Das Gupta. "Corporate social responsibility in India: towards a sane society?." *Social Responsibility Journal* 4, no. 1/2 (2008): 209-216.
- (95) Williams, Cynthia A., and Ruth V. Aguilera. "Corporate social responsibility in a comparative perspective." (2008). P. 455.
- , p. 6. (96) Gatti et al.
- (97) Lindgreen, Adam. "Corruption and unethical behavior: report on a set of Danish guidelines." *Journal of Business Ethics* 51 (2004): 31-39.
- (98) Matten, Dirk, and Jeremy Moon, p. 411.
- (99) Branco, Manuel Castelo, and Lúcia Lima Rodrigues. "Corporate social responsibility and resource-based perspectives." *Journal of business Ethics* 69 (2006): 111-132. P, 411.
- (100) Sheehy, Benedict. "Defining CSR: Problems and solutions." *Journal of business ethics* 131 (2015): 625-648.
- (101) Gatti et al. , p. 8

- (102) Gatti, Lucia, Peter Seele, and Lars Rademacher. "Grey zone in-greenwash out. A review of greenwashing research and implications for the voluntary-mandatory transition of CSR." *International Journal of Corporate Social Responsibility* 4, no. 1 (2019): 1-15.
- (103) Waddock, Sandra, P, 96.
- (104) Matten, Dirk, and Jeremy Moon. "'Implicit' and 'explicit' CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility." *Academy of management Review* 33, no. 2 (2008): 404-424. P, 412.
- (105) Suchman, Mark C. "Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches." *Academy of management review* 20, no. 3 (1995): 571-610. P, 586.
- (106) Fleckinger, Pierre, and Matthieu Glachant. "Corporate Social Responsibility or Voluntary Agreements?." (2008).
- (107) Waddock, Sandra, P, 96.
- (108) عمار حبيب جهلول، النظام القانوني لحوكمة الشركات، منشورات زين الحقوقية، 2011، ص 76.

المصادر

References

- 1- Adeyeye, Adefolake O. Corporate social responsibility of multinational corporations in developing countries: Perspectives on anti-corruption. Cambridge University Press, 2012.
- 2- Ameer, Rashid, and Radiah Othman. "Sustainability practices and corporate financial performance: A study based on the top global corporations." *Journal of business ethics* 108 (2012): 61-79.
- 3- Amran, Azlan, Shiau Ping Lee, and S. Susela Devi. "The influence of governance structure and strategic corporate social responsibility toward sustainability reporting quality." *Business Strategy and the environment* 23, no. 4 (2014): 217-235.
- 4- Aras, Güler, and David Crowther. *A handbook of corporate governance and social responsibility*. Routledge, 2016.
- 5- Ashrafi, Mehrnaz, Michelle Adams, Tony R. Walker, and Greg Magnan. "How corporate social responsibility can be integrated into corporate sustainability: A theoretical review of their relationships." *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* 25, no. 8 (2018): 672-682.
- 6- Beder, Sharon, and Beder. *Global spin: The corporate assault on environmentalism*. Vol. 2. Totnes: Green Books, 2002.
- 7- Behnam, Michael, and Tammy L. MacLean. "Where is the accountability in international accountability standards?: A decoupling perspective." *Business Ethics Quarterly* 21, no. 1 (2011): 45-72.
- 8- Bellantuono, Nicola, Pierpaolo Pontrandolfo, and Barbara Scozzi. "Capturing the stakeholders' view in sustainability reporting: a novel approach." *Sustainability* 8, no. 4 (2016): 379.
- 9- Benn, Suzanne, Melissa Edwards, and Tim Williams. *Organizational change for corporate sustainability*. Routledge, 2014.
- 10- Bocken, N., and Frank Boons. "Designing sustainable business models—expanding boundaries to create positive value." In *18th European Roundtable on Sustainable Consumption and production Conference (ERSCP 2017)*. 2017.
- 11- Bocquet, Rachel, Christian Le Bas, Caroline Mothe, and Nicolas Poussing. "CSR, innovation, and firm performance in sluggish growth contexts: A firm-level empirical analysis." *Journal of Business Ethics* 146 (2017): 241-254.
- 12- Bortree, Denise Sevick. "The state of CSR communication research: A summary and future direction." *Public Relations Journal* 8, no. 3 (2014): 1-8.

- 13- Brammer, Stephen J., and Stephen Pavelin. "Corporate reputation and social performance: The importance of fit." *Journal of management studies* 43, no. 3 (2006): 435-455.
- 14- Brammer, Stephen, and Stephen Pavelin. "Voluntary social disclosures by large UK companies." *Business Ethics: A European Review* (2004).
- 15- Brammer, Stephen, Gregory Jackson, and Dirk Matten. "Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance." *Socio-economic review* 10, no. 1 (2012): 3-28.
- 16- Branco, Manuel Castelo, and Lúcia Lima Rodrigues. "Corporate social responsibility and resource-based perspectives." *Journal of business Ethics* 69 (2006): 111-132.
- 17- Bridoux, Flore, and John W. Stoelhorst. "Microfoundations for stakeholder theory: Managing stakeholders with heterogeneous motives." *Strategic management journal* 35, no. 1 (2014): 107-125.
- 18- Bruch, Heike, and Frank Walter. "The keys to rethinking corporate philanthropy." *MIT Sloan management review* (2005).
- 19- Burritt, Roger L., and Stefan Schaltegger. "Sustainability accounting and reporting: fad or trend?." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 23, no. 7 (2010): 829-846.
- 20- C. Chen, Jennifer, Dennis M. Patten, and Robin W. Roberts. "Corporate charitable contributions: A corporate social performance or legitimacy strategy?." *Journal of Business Ethics* 82 (2008): 131-144.
- 21- Calabrese, Armando, Roberta Costa, Nathan Levialdi, and Tamara Menichini. "Integrating sustainability into strategic decision-making: A fuzzy AHP method for the selection of relevant sustainability issues." *Technological Forecasting and Social Change* 139 (2019).
- 22- Carnegie, AndrewHG. *The gospel of wealth, and other timely essays*. Harvard University Press, 1962.
- 23- Carroll, Archie B. "A three-dimensional conceptual model of corporate performance." *Academy of management review* 4, no. 4 (1979): 497-505.
- 24- Carroll, Archie B. "Corporate social responsibility." *Organizational dynamics* 44, no. 2 (2015): 87-96.
- 25- Carroll, Archie B. "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders." *Business horizons* 34, no. 4 (1991): 39-48.
- 26- Carroll, Archie B., and Ann K. Buchholtz. "Business and society: Ethics and stakeholder management: Cincinnati." *OH: South-Western College Publishing* (2000).
- 27- Carroll, Archie B., and Ann K. Buchholtz. "Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management, Cengage Learning." (2014).
- 28- Carroll, Archie B., and Kareem M. Shabana. "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice." *International journal of management reviews* 12, no. 1 (2010): 85-105.
- 29- Chiu, Shih-chi, and Azadeh Sabz. "Can corporate divestiture activities lead to better corporate social performance?." *Journal of business ethics* 179, no. 3 (2022): 849-866.
- 30- Clarkson, Max E. "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance." *Academy of management review* 20, no. 1 (1995): 92-117.
- 31- Cominetti, Marta, and Peter Seele. "Hard soft law or soft hard law? A content analysis of CSR guidelines typologized along hybrid legal status." *uwf UmweltWirtschaftsForum* 24 (2016): 127-140.

- 32- Craig, Deegan. "Introduction. The legitimising effect of social and environmental disclosures-a theoretical foundation." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15, no. 3 (2002): 282-311.
- 33- Crane, Andrew, Dirk Matten, and Laura Spence, eds. *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context*. Routledge, 2019.
- 34- Crane, Andrew, Guido Palazzo, Laura J. Spence, and Dirk Matten. "Contesting the value of "creating shared value"." *California management review* 56, no. 2 (2014): 130-153.
- 35- Das Gupta, Aruna, and Ananda Das Gupta. "Corporate social responsibility in India: towards a sane society?." *Social Responsibility Journal* 4, no. 1/2 (2008): 209-216.
- 36- Delmas, Magali A., and Michael W. Toffel. "Organizational responses to environmental demands: Opening the black box." *Strategic management journal* 29, no. 10 (2008): 1027-1055.
- 37- Dentchev, Nikolay A., Mitchell Van Balen, and Elvira Haezendonck. "On voluntarism and the role of governments in CSR: Towards a contingency approach." *Business Ethics: A European Review* 24, no. 4 (2015): 378-397.
- 38- Depot, Home. "Rebuilding hope and homes: mapping our impact." (2009). Retrieved from <http://rhh.homedepot.com/pc.htm>
- 39- DiMaggio, Paul J., and Walter W. Powell. "The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields." *The New Economic Sociology: A Reader* (2021).
- 40- Doh, Jonathan P., and Narda R. Quigley. "Responsible leadership and stakeholder management: Influence pathways and organizational outcomes." *Academy of Management Perspectives* 28, no. 3 (2014): 255-274.
- 41- Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston. "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications." *Academy of management Review* 20, no. 1 (1995): 65-91.
- 42- Donaldson, Thomas, and Thomas W. Dunfee. "Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory." *Academy of management review* 19, no. 2 (1994): 252-284.
- 43- Elkington, John. "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business." *Journal of Business Ethics* 23, no. 2 (2000).
- 44- European Commission. (2011). A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, Brussels, 25.10.2011, COM (2011) 681 final. Available at: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>.
- 45- Fleckinger, Pierre, and Matthieu Glachant. "Corporate Social Responsibility or Voluntary Agreements?." (2008).
- 46- Fombrun, Charles J. "Realizing value from the corporate image." *Harvard Business School Press, Boston, MA* (1996).
- 47- Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010.
- 48- Friedman, Milton. *Capitalism and freedom*. Chicago University Press, 2002, P. 16; Zimmerli, Walther Ch. *Corporate ethics and corporate governance*. Springer, 2007, P. 174-176.
- 49- Garriga, Elisabet, and Domènec Melé. "Corporate social responsibility theories: Mapping the territory." *Journal of business ethics* 53, no. 1 (2004): 51.

- 50- Gatti, Lucia, Babitha Vishwanath, Peter Seele, and Bertil Cottier. "Are we moving beyond voluntary CSR? Exploring theoretical and managerial implications of mandatory CSR resulting from the new Indian companies act." *Journal of business ethics* 160 (2019): 961-972.
- 51- Gatti, Lucia, Peter Seele, and Lars Rademacher. "Grey zone in-greenwash out. A review of greenwashing research and implications for the voluntary-mandatory transition of CSR." *International Journal of Corporate Social Responsibility* 4, no. 1 (2019): 1-15.
- 52- Gond, Jean-Pascal, and Andrew Crane. "Corporate social performance disoriented: Saving the lost paradigm?." *Business & Society* 49, no. 4 (2010): 677-703.
- 53- Gond, Jean-Pascal, and Luc Brès. "Designing the tools of the trade: How corporate social responsibility consultants and their tool-based practices created market shifts." *Organization Studies* 41, no. 5 (2020): 703-726.
- 54- Gond, Jean-Pascal, Nahee Kang, and Jeremy Moon. "The government of self-regulation: On the comparative dynamics of corporate social responsibility." *Economy and society* 40, no. 4 (2011): 640-671.
- 55- González, Marta De La Cuesta, and Carmen Valor Martinez. "Fostering corporate social responsibility through public initiative: From the EU to the Spanish case." *Journal of Business Ethics* 55 (2004): 275-293.
- 56- Greenwood, Royston, Mia Raynard, Farah Kodeih, Evelyn R. Micelotta, and Michael Lounsbury. "Institutional complexity and organizational responses." *Academy of Management annals* 5, no. 1 (2011): 317-371.
- 57- Guenther, Edeltraud, Holger Hoppe, and Claudia Poser. "Environmental corporate social responsibility of firms in the mining and oil and gas industries: Current status quo of reporting following GRI guidelines." *Greener Management International* 53 (2006): 7-25.
- 58- Hahn, Rüdiger, and Michael Kühnen. "Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research." *Journal of cleaner production* 59 (2013).
- 59- Hahn, Rüdiger, and Regina Lülfs. "Legitimizing negative aspects in GRI-oriented sustainability reporting: A qualitative analysis of corporate disclosure strategies." *Journal of business ethics* 123 (2014): 401-420.
- 60- Hahn, Tobias, Frank Figge, Jonatan Pinkse, and Lutz Preuss. "A paradox perspective on corporate sustainability: Descriptive, instrumental, and normative aspects." *Journal of business ethics* 148 (2018): 235-248.
- 61- Haniffa, Roszaini M., and Terry E. Cooke. "The impact of culture and governance on corporate social reporting." *Journal of accounting and public policy* 24, no. 5 (2005): 391-430.
- 62- Harrison, Jeffrey S., and Andrew C. Wicks. "Stakeholder theory, value, and firm performance." *Business ethics quarterly* 23, no. 1 (2013): 97-124.
- 63- Hawn, Olga, and Ioannis Ioannou. "Mind the gap: The interplay between external and internal actions in the case of corporate social responsibility." *Strategic management journal* 37, no. 13 (2016): 2569-2588.
- 64- Hennigfeld, Judith, Manfred Pohl, and Nick Tolhurst, eds. *The ICCA handbook on corporate social responsibility*. John Wiley & Sons, 2006.
- 65- Holden, Erling, Kristin Linnerud, and David Banister. "Sustainable development: Our common future revisited." *Global environmental change* 26 (2014): 130-139.
- 66- Hopwood, Bill, Mary Mellor, and Geoff O'Brien. "Sustainable development: mapping different approaches." *Sustainable development* 13, no. 1 (2005).

- 67- Hörisch, Jacob, R. Edward Freeman, and Stefan Schaltegger. "Applying stakeholder theory in sustainability management: Links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework." *Organization & environment* 27, no. 4 (2014).
- 68- Hörisch, Jacob, Stefan Schaltegger, and R. Edward Freeman. "Integrating stakeholder theory and sustainability accounting: A conceptual synthesis." *Journal of Cleaner Production* 275 (2020): 124097.
- 69- House, Ronald McDonald. "Ronald McDonald house charities of Southern California." (2010). Available at: <http://www.rmhcsc.org/>.
- 70- Husted, Bryan W., and José de Jesus Salazar. "Taking Friedman seriously: Maximizing profits and social performance." *Journal of Management studies* 43, no. 1 (2006): 75-91.
- 71- Idowu, Samuel O., Nicholas Capaldi, Liangrong Zu, and Ananda Das Gupta, eds. *Encyclopedia of corporate social responsibility*. Vol. 21. New York: Springer, 2013.
- 72- Jain, Tanusree, and Rashid Zaman. "When boards matter: The case of corporate social irresponsibility." *British Journal of Management* 31, no. 2 (2020): 365-386.
- 73- Jamali, Dima, and Charlotte Karam. "Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study." *International journal of management reviews* 20, no. 1 (2018): 32-61.
- 74- Jamali, Dima. "A stakeholder approach to corporate social responsibility: A fresh perspective into theory and practice." *Journal of business ethics* 82 (2008): 213-231.
- 75- Kaufman, Bruce E. "The global evolution of industrial relations: Events, ideas, and the IIRA." *ILR Review* 59, no. 3 (2006): 496-505.
- 76- Kochan, Thomas A., Harry C. Katz, and Robert B. McKersie. "The Transformation of American Industrial Relations." (2019).
- 77- Kolk, Ans. "The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development." *Journal of World Business* 51, no. 1 (2016): 23-34.
- 78- Kramer, Mark R., and Michael E. Porter. "Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility." *Harvard business review* 84, no. 12 (2006): 78-92.
- 79- Kramer, Mark R., and Michael Porter. *Creating shared value*. Vol. 17. Boston, MA, USA: FSG, 2011.
- 80- Lambooy, Tineke Elisabeth. *Corporate social responsibility: legal and semi-legal frameworks supporting CSR: Developments 2000-2010 and case studies*. Leiden University, 2010.
- 81- Lea, Ruth. *Corporate social responsibility: IOD member opinion survey*. Institute of Directors, 2007.
- 82- Leck, Joanne D. "Making employment equity programs work for women." *Canadian Public Policy/Analyse de Politiques* (2002): S85-S100.
- 83- Lindgreen, Adam. "Corruption and unethical behavior: report on a set of Danish guidelines." *Journal of Business Ethics* 51 (2004): 31-39.
- 84- Littau, Paul, Nirmala Jyothi Jujagiri, and Gerald Adlbrecht. "25 years of stakeholder theory in project management literature (1984-2009)." *Project Management Journal* 41, no. 4 (2010): 17-29.
- 85- Lock, Irina, and Peter Seele. "The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries." *Journal of cleaner production* 122 (2016): 186-200.

- 86- Logsdon, Jeanne M., and Donna J. Wood. "Business citizenship: From domestic to global level of analysis." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 175-207. Routledge, 2018.
- 87- Maignan, Isabelle, and O. C. Ferrell. "Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework." *Journal of the Academy of Marketing science* 32 (2004): 3-19.
- 88- Mair, Johanna, Julie Battilana, and Julian Cardenas. "Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models." *Journal of business ethics* 111 (2012): 353-373.
- 89- Mallin, Christine, Hisham Farag, and Kean Ow-Yong. "Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks." *Journal of Economic Behavior & Organization* 103 (2014): S21-S38.
- 90- Marquis, Christopher, Mary Ann Glynn, and Gerald F. Davis. "Community isomorphism and corporate social action." *Academy of management review* 32, no. 3 (2007): 925-945.
- 91- Matten, Dirk, and Jeremy Moon. "'Implicit' and 'explicit' CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility." *Academy of management Review* 33, no. 2 (2008): 404-424.
- 92- Matten, Dirk, and Jeremy Moon. "Reflections on the 2018 decade award: The meaning and dynamics of corporate social responsibility." *Academy of management Review* 45, no. 1 (2020): 7-28.
- 93- McWluams, Abigail, and Donald Siegel. "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 137-147. Routledge, 2018.
- 94- Melé, Domènec. "Corporate Social Responsibility Theories." *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (2009): 47-82.
- 95- Moir, Lance. "What do we mean by corporate social responsibility?." *Corporate Governance: The international journal of business in society* 1, no. 2 (2001): 16-22.
- 96- Moir, Lance. "What do we mean by corporate social responsibility?." *Corporate Governance: The international journal of business in society* 1, no. 2 (2001): 16-22.
- 97- Montiel, Ivan. "Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures." *Organization & environment* 21, no. 3 (2008).
- 98- Mor Barak, Michàlle E. "Inclusion is the key to diversity management, but what is inclusion?." *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance* 39, no. 2 (2015): 83-88.
- 99- Nader, R. "Unsafe at any speed: the designed in dangers of the American automobile." (1972).
- 100- Nations, United. "Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development." *New York: United Nations, Department of Economic and Social Affairs* 1 (2015).
- 101- Nidumolu, Ram, Coimbatore K. Prahalad, and Madhavan R. Rangaswami. "Why sustainability is now the key driver of innovation." *Harvard business review* 87, no. 9 (2009): 56-64.
- 102- Noland, James, and Robert Phillips. "Stakeholder engagement, discourse ethics and strategic management." *International Journal of Management Reviews* 12, no. 1 (2010): 39-49.
- 103- Ntim, Collins G., and Teerooven Soobaroyen. "Corporate governance and performance in socially responsible corporations: New empirical insights from a Neo-Institutional framework." *Corporate Governance: An International Review* 21, no. 5 (2013): 468-494.
- 104- Okoye, Adaeze. "Theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept: Is a definition necessary?." *Journal of business ethics* 89 (2009): 613-627.

- 105- Okpara, John O., and Samuel O. Idowu, eds. *Corporate social responsibility: Challenges, opportunities and strategies for 21st century leaders*. Springer Science & Business Media, 2013, p. 5.
- 106- Palazzo, Guido, and Andreas Georg Scherer. "Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework." *Journal of business ethics* 66 (2006): 71-88.
- 107- Pivato, Sergio, Nicola Misani, and Antonio Tencati. "The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food." *Business ethics: A European review* 17, no. 1 (2008): 3-12.
- 108- Rao, Kathyayini, and Carol Tilt. "Board composition and corporate social responsibility: The role of diversity, gender, strategy and decision making." *Journal of business ethics* 138 (2016): 327-347.
- 109- Rosati, Francesco, and Lourenço GD Faria. "Addressing the SDGs in sustainability reports: The relationship with institutional factors." *Journal of cleaner production* 215 (2019).
- 110- Saeidi, Sayedeh Parastoo, Saudah Sofian, Parvaneh Saeidi, Sayyede Parisa Saeidi, and Seyyed Alireza Saeidi. "How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction." *Journal of business research* 68, no. 2 (2015): 341-350.
- 111- Schaltegger, Stefan, and Roger Burritt. "Business cases and corporate engagement with sustainability: Differentiating ethical motivations." *Journal of business ethics* 147 (2018): 241-259.
- 112- Schaltegger, Stefan, Florian Lüdeke-Freund, and Erik G. Hansen. "Business models for sustainability: A co-evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation." *Organization & environment* 29, no. 3 (2016): 264-289.
- 113- Scherer, Andreas Georg, and Guido Palazzo. "The new political role of business in a globalized world: A review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance, and democracy." *Journal of management studies* 48, no. 4 (2011): 899-931.
- 114- Scheyvens, Regina, Glenn Banks, and Emma Hughes. "The private sector and the SDGs: The need to move beyond 'business as usual'." *Sustainable Development* 24, no. 6 (2016).
- 115- Schwartz, Mark S., and Archie B. Carroll. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 55-82. Routledge, 2018.
- 116- Schwartz, Mark S., and Archie B. Carroll. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." In *Business Ethics and Strategy, Volumes I and II*, pp. 55-82. Routledge, 2018.
- 117- Schwartz, Mark S., and Archie B. Carroll. "Integrating and unifying competing and complementary frameworks: The search for a common core in the business and society field." *Business & Society* 47, no. 2 (2008): 148-186.
- 118- Searcy, Cory. "Corporate sustainability performance measurement systems: A review and research agenda." *Journal of business ethics* 107 (2012): 239-253.
- 119- Sheehy, Benedict. "Defining CSR: Problems and solutions." *Journal of business ethics* 131 (2015): 625-648.
- 120- Smith, Craig. "The new corporate philanthropy." *Harvard Business Review* 72, no. 3 (1994): 105-114.
- 121- Smith, Timothy. "Institutional and social investors find common ground." *The Journal of Investing* 14, no. 3 (2005): 57-65.

- 122- Spence, Laura J., and Leonardo Rinaldi. "Governmentality in accounting and accountability: A case study of embedding sustainability in a supply chain." *Accounting, Organizations and Society* 39, no. 6 (2014): 433-452.
- 123- Stephenson, Arinaitwe K. "The pursuit of CSR and business ethics policies: Is it a source of competitive advantage for organizations." *The Journal of American Academy of Business* 14, no. 2 (2009): 251-262.
- 124- Strategy, Transformational CSR. "Corporate social responsibility." (2011).
- 125- Suchman, Mark C. "Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches." *Academy of management review* 20, no. 3 (1995): 571-610.
- 126- Tantalo, Caterina, and Richard L. Priem. "Value creation through stakeholder synergy." *Strategic management journal* 37, no. 2 (2016): 314-329.
- 127- Thornton, Patricia H., William Ocasio, and Michael Lounsbury. *The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure and process*. OUP Oxford, 2012.
- 128- United Nations Global Compact. (2000). The Ten Principles of the UN Global Compact. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- 129- Vogel, David. *The market for virtue: The potential and limits of corporate social responsibility*. Brookings Institution Press, 2007.
- 130- Waddock, Sandra A., and Samuel B. Graves. "The corporate social performance–financial performance link." *Strategic management journal* 18, no. 4 (1997): 303-319.
- 131- Waddock, Sandra. "Building a new institutional infrastructure for corporate responsibility." *Academy of Management perspectives* 22, no. 3 (2008): 87-108.
- 132- Walls, Judith L., Pascual Berrone, and Phillip H. Phan. "Corporate governance and environmental performance: Is there really a link?." *Strategic management journal* 33, no. 8 (2012): 885-913.
- 133- Werhane, Patricia Hogue. *Moral imagination and management decision-making*. Oxford University Press, 1999.
- 134- Wijen, Frank. "Means versus ends in opaque institutional fields: Trading off compliance and achievement in sustainability standard adoption." *Academy of Management Review* 39, no. 3 (2014): 302-323.
- 135- Williams, Cynthia A., and Ruth V. Aguilera. "Corporate social responsibility in a comparative perspective." (2008).
- 136- Wood, Donna J. "Corporate social performance revisited." *Academy of management review* 16, no. 4 (1991): 691-718.
- 137- Zimmerli, Walther Ch. *Corporate ethics and corporate governance*. Springer, 2007.