ابزارهای سیاستی تشویق بنگاه‌های صنعتی و معدنی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی



فاطمه فرهان‌فر
پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

«**مسئولیت اجتماعی شرکتی**» (یا مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها) از جستارهای «اخلاق کسب‌وکار» است که به نقش شرکت‌ها در حوزه اجتماع می‌پردازد. مطابق تعریف مؤسسه بین‌المللی استانداردسازی، مسئولیت اجتماعی شرکتی عبارت است از « تعهد سازمان نسبت به پیامدهای تصمیمات و فعالیت‌ها (محصولات، خدمات و فرآیندها)ی خود بر جامعه و محیط زیست. این مسئولیت از طریق رفتاری شفاف و اخلاقی محقق می‌شود که در تمام سطوح سازمان نهادینه شده و در روابط آن با ذینفعان منعکس می‌گردد. چنین رویکردی ضمن انطباق با قوانین جاری و همسویی با هنجارهای رفتاری بین‌المللی، به توسعه پایدار، سلامت و رفاه جامعه کمک کرده و پاسخگوی انتظارات ذینفعان است».

مفهوم «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها» و سازمان‌ها در اوایل دهه ۱۹۵۰ با طرح این ایده مطرح شد که شرکت‌ها باید فراتر از منافع سهامداران، به تأثیرات اجتماعی فعالیت‌های خود توجه کنند. در این دوره، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیشتر به‌عنوان فعالیت‌های خیریه یا حمایت از پروژه‌های محلی (مانند ساخت مدارس یا بیمارستان‌ها) تعریف می‌شد. تحولات بنیادین مانند جنبش‌های حقوق مدنی در آمریکا و افزایش آگاهی‌های زیست‌محیطی به تقویت این مفهوم کمک کرد. در دهه ۱۹۷۰، نظریه‌پردازانی مانند «آرچی کارول» با ارائه «هرم مسئولیت اجتماعی شرکتی» چارچوبی ساختاریافته برای درک ابعاد مختلف آن ایجاد کردند. ظهور مفاهیمی مانند توسعه پایدار و فشار فزاینده سازمان‌های بین‌المللی (مانند سازمان ملل) باعث شد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از حالت داوطلبانه صرف به سمت یکپارچه‌سازی با استراتژی‌های کسب‌وکار حرکت کند. در دهه ۱۹۹۰، بحران‌های زیست‌محیطی و رسوایی‌های اخلاقی شرکت‌ها (مانند موارد مربوط به کار کودکان در صنعت پوشاک)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به موضوعی اجتناب‌ناپذیر در مدیریت شرکت‌ها و سازمان‌ها تبدیل کرد. بر اساس مدل «کارول»، ابعاد اصلی مسئولیت اجتماعی شرکتی عبارتند از:

۱. **مسئولیت اقتصادی (سودآور بودن)**: در قاعده هرم قرار می‌گیرد، شامل رفتارهایی مانند تولید کالا و خدمات سودآور وایجاد اشتغال و توسعه کسب‌وکار و ... می‌شود.

۲. **مسئولیت قانونی (مطیع قانون بودن)**: در ردیف بعدی هرم قرار می‌گیرد، شامل رفتارهایی مانند رعایت قوانین و مقررات محلی و بین‌المللی، رعایت الزامات زیست‌محیطی، قوانین و مقررات مالی و مالیاتی و ... می‌شود.

۳. **مسئولیت اخلاقی (اخلاقی عمل کردن)**: شامل رفتارهای فراقانونی، مبتنی بر انصاف و عدالت، مانند پرداخت دستمزد عادلانه، ترویج اخلاق در میان کارکنان، حمایت از مصرف‌کنندگان...)؛

۴. **مسئولیت بشردوستانه (شهروند خوب بودن):** در رأس هرم قرار دارد، شامل رفتارهایی مانندمشارکت داوطلبانه در حل مشکلات جامعه، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه، آموزش رایگان،و... می‌شود.

مؤسسه بین‌المللی استانداردسازی (ISO) نیز در سال ۲۰۱۰ راهنمایی موسوم به «ISO 26000» برای مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها منتشر کرد. این استاندارد یک چارچوب داوطلبانه است و هدف آن کمک به سازمان‌ها (اعم از شرکت‌ها، مؤسسات دولتی و غیرانتفاعی) برای درک و اجرای مسئولیت اجتماعی در فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌هایشان است. این استاندارد بر هفت حوزه اصلی مسئولیت اجتماعی تمرکز دارد:

۱. حاکمیت سازمانی (شفافیت، اخلاق‌مداری، و پاسخگویی در تصمیم‌گیری‌ها).
۲. حقوق بشر (احترام به حقوق اساسی، جلوگیری از تبعیض و حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر).
۳. رویه‌های کار (حمایت از حقوق کارکنان، ایمنی شغلی، توسعه مهارت‌ها و منع کار کودکان).
۴. محیط زیست (کاهش آلودگی، مصرف پایدار منابع، مقابله با تغییرات اقلیمی).
۵. رویه‌های عملیاتی منصفانه (مبارزه با فساد، رقابت عادلانه، احترام به حقوق مالکیت).
۶. مسائل مصرف‌کننده (حفاظت از سلامت و امنیت مشتریان، شفافیت در بازاریابی، حریم خصوصی).
۷. مشارکت و توسعه جامعه (حمایت از آموزش، کاهش نابرابریها، تقویت اقتصاد محلی).

هدف این گزارش تحلیل نظام سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری حوزه مسئولیت اجتماعی در بخش صنعت، معدن و تجارت ایران با اتکا به مطالعه تطبیقی تجارب اتحادیه اروپا و کشورهای منتخب آسیایی است. چشم‌انداز این مطالعه، ارائه راهکارهای عملیاتی به وزارت صمت برای طراحی ترکیب هوشمندانه‌ای از ابزارهای سیاستی (الزامی، حمایتی و ارشادی) است که بتواند بنگاه‌های ایرانی را از حالت انفعالی و واکنشی به سمت مسئولیت‌پذیری پیشتازانه و یکپارچه با زنجیره ارزش جهانی سوق دهد. برای این منظور، نخست به «آسیب‌شناسی قوانین و مقررات موجود» پرداخته شده است. سپس، رویه‌ها و تجارب بین‌المللی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها و شرکت‌ها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. و در نهایت، ابزارهای سیاستی وزارت صمت برای تشویق بنگاه‌های صنعتی و معدنی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی مورد مداقه قرار خواهد گرفت.

۱. آسیب‌شناسی قوانین و مقررات موجود

بررسی‌های به عمل آمده از حدود (۱۰۹) قانون و مقرره مرتبط با مسئولیت اجتماعی این وزارت و دستگاه‌های تابعه آن حکایت از وجود چالش‌های ساختاری، محتوایی و اجرایی دارد. قوانین و مقررات مورد بررسی در این حوزه اگرچه تابع الگوهای عمومی هستند، اما از چند منظر قابل نقد هستند که در ادامه به تفکیک ارائه می‌شود:

۱-۱. کمّیت نامتوازن قوانین و مقررات در حوزه‌های مختلف

از مجموع قوانین و مقررات شناسایی‌شده در هفت محور، حوزه محیط زیست با (۴۱) مقرره بیشترین سهم را دارد. پس از آن، حوزه مشارکت و توسعه جامعه در رتبه دوم قرار دارد. این در حالی است که حوزه‌هایی مانند رویه‌های عملیاتی منصفانه با کمترین تعداد مقرره، پایین‌ترین سهم را در میان قوانین مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمانی در این وزارتخانه دارد. این تمرکز نامتوازن و پراکندگی قوانین (به‌ویژه در حوزه محیط زیست) منجر به موازی‌کاری تنظیمی، تضاد در استانداردها و تعدد متولیان بدون مرجعیت متمرکز شده که حاصل آن اتلاف منابع دولتی و فروکاستن حاکمیت قانون است.

۱-۲. فاصله سیاست تا اجرا

اسناد سیاستی بالادستی مانند سیاست‌های محیط زیست صادره از سوی مقام معظم رهبری یا سیاست‌های توسعه دریامحور، علیرغم شأن قانونی بالا در سلسله مراتب قوانین، ماهیتا در زمره «قوانین نرم» قرار می‌گیرند و لذا فاقد سازوکار نظارتی لازم برای تبدیل به قوانین الزام‌آور هستند. از سوی دیگر، منشورهای اخلاقی سازمان‌ها بدون سازوکار پایش و گزارش‌دهی، عملا به مقرراتی نمادین تبدیل شده‌اند. گواهینامه‌ها و تندیس‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی ماهیتی صرفا اعتباری وشهرتی دارند. این نوع مشوق‌ها اگرچه شرط لازم در جهت تحقق مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها هستند، اما کافی نیستند. به‌ویژه آن‌که، برای بنگاه‌های کوچک و متوسط یا فعالان در مناطق محروم که با محدودیت مالی مواجه هستند، ممکن است انگیزه کافی ایجاد نکند.

۱-۳. چالش‌های اجرایی و ساختاری قوانین

علی‌رغم وجود قوانین متعدد در حوزه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی به‌ویژه حوزه محیط زیست، چالش‌های متعدد به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی مسئولیت اجتماعی شرکتی همچنان پابرجاست. این تناقض ریشه در مجموعه‌ای از عوامل ساختاری، اجرایی، فرهنگی و اقتصادی دارد که مانع از تحقق کامل اهداف قانونی و اخلاق‌محور می‌شوند. از جمله دلایل این وضعیت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) ضعف در نظارت و فقدان ارزیابی تأثیر قوانین

- ضعف در اجرا و نظارت پسااجرایی قوانین و عدم وجود مکانیسم شفاف برای سنجش اثرات اجتماعی و محیط‌زیستی طرح‌ها.
- فقدان سیستم پایش مداوم کارگاه‌ها، معادن و کارخانه‌ها از حیث رعایت الزامات ایمنی و زیست‌محیطی.

ب) عدم شفافیت و ابهام در قوانین

- عدم شفافیت شاخص‌های مسئولیت اجتماعی که منجر به تفسیر سلیقه‌ای می‌شود. برای مثال، در جزء (۶) بند (ب) ماده ۴۸ قانون برنامه هفتم، عدم تعیین سهمیه دقیق نیروهای بومی، زمینه اجرای صوری حکم قانون را فراهم کرده است.
- نقص در قوانین، ابهام در تعاریف، دایره شمول و وجود استثنائات فراوان.

ج) تمرکز تک‌بعدی و افق کوتاه‌مدت حمایت‌ها

- تک‌بعدی‌بودن حمایت‌ها با تمرکز عمده بر معافیت‌های مالی، در حالی که مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها ذیل سه محور اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی تعریف می‌شود و قوانین حمایتی در دو محور اخیر کافی نیستند.
- افق کوتاه‌مدت حمایت‌ها بدون الزام به تداوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم وجود مشوق برای گزارش‌دهی شفاف عملکرد.

د) عوامل ساختاری و اقتصادی

- وجود نهادهای موازی و عدم هماهنگی بین آنها.
- فشار ذینفعان خاص برای دور زدن قوانین و اخذ مجوزهای ویژه با پرداخت خسارات اندک، اولویت سودآوری کوتاه‌مدت بر الزامات ایمنی و زیست‌محیطی. به عنوان مثال، در حوزه مسئولیت اجتماعی در قبال کارگران شاغل در بخش معدن، علیرغم وجود تکالیف قانونی مشخص در چارچوب قانون کار، قانون تأمین اجتماعی و مقررات خاصی همچون آیین‌نامه ایمنی و بهداشت معادن، چالش اساسی به ایمن‌سازی محیط کار و رعایت استانداردهای بین‌المللی مرتبط با آن بازمی‌گردد. ضعف در بازرسی مستمر کارگاه‌ها، معادن و کارخانه‌ها از نظر رعایت الزامات ایمنی، هزینه بالای تجهیزات ایمنی، اولویت‌دهی به سودآوری کوتاه‌مدت از سوی برخی صاحبان کسب‌وکار، استفاده از فناوری‌های منسوخ، کمبود آموزش‌های کافی برای کارگران، فقدان سیستم‌های هشدار سریع و ناچیز بودن جریمه‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل تضعیف‌کننده این حوزه به شمار می‌روند.
- هزینه بالا و دسترسی محدود به فناوری‌های سبز و وابستگی به روش‌های سنتی، عدم جذابیت مشوق‌های مالی و اقتصادی و مالیاتی برای کاربران این نوع فناوری‌ها.

۱-۴. عدم کفایت قوانین در موضوعات نوظهور مسئولیت اجتماعی

قوانین فعلی با چالش‌های جدی در پاسخگویی به تحولات فناورانه و الزامات توسعه پایدار مواجه است. مهم‌ترین حوزه‌های نوظهور با شکاف قانونی عبارتند از:

- **پایداری زنجیره تأمین دیجیتال:** به مفهوم استفاده از فناوری‌هایی مانند بلاکچین و هوش مصنوعی برای ردیابی شفافیت زنجیره تأمین از معدن و مبادی تولید تا مصرف‌کننده نهایی. از جمله چالش‌های قانونی این حوزه می‌توان به عدم الزام به افشای منشأ مواد اولیه به ویژه در معادن و فقدان استانداردهای امنیتی برای داده‌های زنجیره تأمین اشاره کرد.
- **مسئولیت‌پذیری در فناوری‌های نوین:** به مفهوم استفاده اخلاقی از هوش مصنوعی و امنیت سایبری و حریم خصوصی مصرف‌کنندگان و کاربران.
- **شفافیت مالی و گزارش‌دهی یکپارچه:** از جمله شامل افشای اثرات زیست‌محیطی طرح‌ها.
- **مسئولیت سکوهای آنلاین (پلتفرم‌ها) تجاری:** از جمله شامل صیانت از حریم خصوصی و اطلاعات کاربران، رعایت الزامات حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در معاملات الکترونیک، شفافیت تراکنش‌های مالی و رعایت الزامات قانون مبارزه با پولشویی.
- اقتصاد چرخشی و مدیریت پسماندهای صنعتی/ معدنی.

۲. تحلیل تطبیقی رویه‌ها و تجارب بین‌المللی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها و شرکت‌ها

تجربه اتحادیه اروپا و کشورهای منتخب مورد مطالعه در تنظیم‌گری مسئولیت اجتماعی شرکتی حاکی از آن است که این

کشورها با بهره‌گیری از ترکیبی هدفمند از ابزارهای سیاستی، گذار از مسئولیت اجتماعی داوطلبانه به حکمرانی پایدار الزام‌آور را مدیریت کرده‌اند. در رأس این ابزارها، قوانین الزامی قرار دارند. تصویب دستورالعمل‌هایی مانند «دستورالعمل گزارش‌گری پایداری شرکتی» و «دستورالعمل ارزیابی دقیق پایداری شرکتی» که شرکت‌ها را ملزم به افشای اطلاعات غیرمالی استانداردشده و رسیدگی به ریسک‌های زیست‌محیطی و اجتماعی در کل زنجیره ارزش می‌کند، نمونه‌های بارز این ابزارهای سخت‌گیرانه است. این الزامات در سطح کشورهای عضو نیز به قوانین ملی تبدیل شده‌اند؛ برای نمونه، آلمان با تصویب «قانون زنجیره تأمین» و فرانسه با اجرای «قانون تکالیف مراقبتی»، مسئولیت‌پذیری شرکتی را از یک انتخاب به یک اجبار حقوقی تبدیل کرده‌اند.

در کنار اجبار، اتحادیه اروپا و کشورهای تابع به‌صورت هوشمندانه‌ای از ابزارهای تشویقی برای کاهش مقاومت در برابر مقررات جدید و تبدیل پایداری به یک مدل کسب‌وکار جذاب استفاده می‌کنند. ایجاد «سامانه طبقه‌بندی» که فعالیت‌های پایدار را به‌طور شفاف تعریف می‌کند، به سرمایه‌گذاران و بازارهای مالی این امکان را می‌دهد تا سرمایه خود را به سمت پروژه‌های سبز هدایت کنند و برای شرکت‌های پیشرو مزیت رقابتی ایجاد نمایند. در سطح ملی، آلمان با استفاده از «بانک توسعه»، وام‌های کم‌بهره و کمک‌های بلاعوض در اختیار شرکت‌ها، به‌ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط، قرار می‌دهد تا بار مالی نوسازی فناوری و انطباق با استانداردهای سختگیرانه را کاهش دهد.

در زمینه ابزارهای حمایتی، نهادهایی مانند «اتاق‌های بازرگانی و صنایع آلمان» و «آژانس توسعه بین‌المللی»، با برگزاری کارگاه‌های آموزشی، ارائه مشاوره و تولید ابزارهای عملیاتی، به بنگاه‌ها در درک و پیاده‌سازی الزامات پیچیده کمک شایانی می‌کنند. این پشتیبانی نهادی، از ایجاد شکاف دانش و عملکرد بین مقررات و بازیگران اقتصادی جلوگیری می‌کند و تضمین می‌نماید که قوانین نه‌تنها روی کاغذ، بلکه در عمل نیز محقق شوند.

مطالعه کشورهای منتخب در قاره آسیا و خاورمیانه نیز نشان‌دهنده تحولات الگوی مشابه تنظیم‌گری در این حوزه است. کشورهای پیشرو در این منطقه، همانند ترکیه، مالزی و چین، با درک ضرورت همگرایی با استانداردهای جهانی و پاسخ به فشار فزاینده سرمایه‌گذاران بین‌المللی، مسیر خود را از اقدامات داوطلبانه به سمت چارچوب‌های ساختاریافته و الزام‌آور گشوده‌اند. محور اصلی این تحول، تصویب قوانین و دستورالعمل‌های الزامی است. برای نمونه، ترکیه با تصویب «قانون تغییر اقلیم» و چین با گنجاندن الزامات افشای اطلاعات زیست‌محیطی در قوانین خود، پایه‌های حقوقی مستحکمی برای مسئولیت‌پذیری شرکتی ایجاد کرده‌اند. مالزی نیز با ابلاغ «چارچوب ملی گزارش‌دهی پایداری» و برنامه‌ریزی برای اجرای تدریجی و اجباری آن از سال ۲۰۲۵، گام بلندی در این مسیر برداشته است. این الزامات، اغلب با الهام از استانداردهای بین‌المللی مانند GRI، TCFD و ISSB طراحی شده‌اند تا مقایسه‌پذیری و اعتبار گزارش‌های شرکتی را تضمین کنند.

در کنار ابزارهای الزامی، ترکیه با ارائه تضمین خرید برق تجدیدپذیر، وام‌های کم‌بهره از طریق بانک‌های توسعه‌ای و معافیت‌های مالیاتی، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های سبز را به یک فرصت سودآور تبدیل کرده است. چین نیز با بهره‌گیری از یک سیستم یکپارچه، امتیازات مالیاتی، اولویت در خریدهای دولتی و حتی ادغام معیارهای پایداری در «سیستم اعتبار اجتماعی» شرکت‌ها را به عنوان اهرمی قدرتمند برای هدایت رفتار بنگاه‌ها به کار می‌بندد. در مالزی، همسوسازی مالیات اسلامی با معیارهای پایداری و توسعه بازار «صکوک سبز»، نمونه‌ای نوآورانه از تلفیق ارزش‌های سنتی با الزامات حکمرانی مدرن است. این مشوق‌ها به ویژه برای کمک به بنگاه‌های کوچک و متوسط در تحمل هزینه‌های اولیه گذار به مدل‌های کسب‌وکار پایدار، طراحی شده‌اند.

در نهایت، راه‌اندازی شاخص پایداری در بورس استانبول، تدوین راهنماهای بخشی توسط انجمن‌های صنعتی در ترکیه و مالزی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی توسط نهادهای تنظیم‌گر در چین، همگی نمونه‌هایی از ابزارهای حمایتی هستند. این اقدامات نه تنها به شرکت‌ها در درک و پیاده‌سازی الزامات پیچیده کمک می‌کنند، بلکه با ایجاد پلتفرم‌های تبادل دانش و معرفی بهترین تجربیات، بستری برای نهادینه‌سازی فرهنگ پایداری در بدنه اقتصاد فراهم می‌سازند. بنابراین، موفقیت کشورهای آسیا و خاورمیانه در این مسیر، در گرو تداوم همان رویکرد ترکیبی است.

در ادامه گزارش، رویکردهای مسئولیت اجتماعی شرکت «هیوندای موتور» به‌عنوان نمونه‌ای موفق در صنعت خودروسازی مورد ارزیابی قرار گرفته است. این شرکت با ایجاد یک چارچوب حکمرانی یکپارچه ESG از سال ۲۰۲۰، اقدامات عملی مشخصی را در سه حوزه کلیدی به اجرا درآورده است. در بعد زیست‌محیطی، این شرکت با پیوستن به برنامه RE100 متعهد شده است تا سال ۲۰۴۵ تمام برق مصرفی در سایت‌های تجاری خود را به انرژی‌های تجدیدپذیر تبدیل کرده و با هدف دستیابی به صفر خالص

آلایندگی، استراتژی خود را بر برقی‌سازی کامل خودروها و توسعه کسب‌وکار هیدروژنی متمرکز کرده است؛ به‌گونه‌ای که در سال ۲۰۲۱ موفق به فروش ۴۲۲،۰۰۰ دستگاه خودروی سازگار با محیط‌زیست (شامل ۱۵۰،۰۰۰ دستگاه خودروی برقی و سلول سوختی) شد و کسب‌وکار نوآورانه باتری‌های «عمر دوم» را نیز راه‌اندازی کرد. این شرکت در مدیریت محیط زیست خود، اصول عملیاتی هفت‌گانه‌ای شامل بهینه‌سازی مصرف مواد خام، ترویج انرژی‌های تجدیدپذیر، بازیافت آب، کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای در زنجیره ارزش، مدیریت پیشرفته پسماند و ردیابی محصولات فرسوده را دنبال می‌کند. در حوزه اجتماعی، هیوندای با انتصاب یک «افسر ارشد ایمن»، ایمنی محل کار را تقویت کرد و مدیریت زنجیره تأمین را با ارزیابی کتبی ۴۰۰ تأمین‌کننده اصلی و بازرسی دقیق ۱۰ تأمین‌کننده پرریسک متحول ساخت. دامنه مدیریت ریسک حقوق بشر نیز با اجرای ارزیابی تأثیر ویژه بر کارکنان در سایت‌های خارج از کشور (اروپا، آمریکا، هند و چین) گسترش یافت و سرمایه‌گذاری بر سرمایه انسانی با ارائه ۷،۹۸۰ ساعت آموزش در حوزه‌های حقوق بشر، ایمنی و محیط زیست و نیز آموزش تفکر ESG به ۲۲،۰۰۰ کارمند، نشان‌دهنده تلاش برای نهادینه‌سازی فرهنگ پایداری است. هیوندای ضمن پیروی از استانداردهای بین‌المللی مانند اعلامیه جهانی حقوق بشر و اصول راهنمای سازمان ملل، منشور حقوق بشر وضع کرده و ارزیابی ریسک‌های مربوطه را به‌صورت شفاف افشا می‌کند. در نهایت، در حوزه حاکمیت، این شرکت سیستم نظارتی خود را با فعالیت منظم «کمیته مدیریت پایداری» زیر نظر هیأت مدیره و «کمیتهESG » متشکل از مدیران ارشد تقویت کرده، تنوع هیأت مدیره را با انتصاب یک مدیر بین‌المللی و یک مدیر زن افزایش داده و با تقویت ارتباط با سهامداران و ارائه آموزش‌های انطباق به ده‌ها هزار کارمند در داخل و خارج از کره، پایه‌های حاکمیت شرکتی شفاف و پاسخگو را مستحکم نموده است.

صنایع فولاد «شنیتزر»، با مدل کسب‌وکار یکپارچه خود شامل ۵۴ مرکز بازیافت، ۵۱ فروشگاه قطعات و یک کارخانه فولادسازی، در سال مالی ۲۰۲۲ حدود ۸۰۰ هزار خودروی اسقاطی را پردازش و ۴.۶ میلیون تن فلز آهنی و ۶۸۷ میلیون پوند فلز غیرآهنی بازیافت کرد که منجر به صرفه‌جویی ۷۴ درصدی انرژی و کاهش ۵۸ درصدی انتشار دی‌اکسید کربن در مقایسه با تولید فولاد اولیه شد. این شرکت با تأمین ۱۰۰ درصد برق مصرفی خود از منابع بدون کربن و سرمایه‌گذاری ۷۲ میلیون دلاری در سیستم‌های کنترل انتشار آلاینده، موفق به کاهش ۲۴ درصدی گازهای گلخانه‌ای شد و خط تولید فولاد سبز «GRN Steel^{Tm}» با کربن صفر را راه‌اندازی کرد. در مدیریت آب، با بازیافت بیش از ۹۰ درصد آب فرآوری‌شده در کارخانه فولاد، شدت مصرف آب را به ۰/۸۹ مترمکعب به ازای هر تن فولاد (کمتر از میانگین جهانی ۳/۳۰ مترمکعب بر تن) رساند و میلیون‌ها دلار در سیستم‌های بازیافت و مدیریت آب‌های سطحی سرمایه‌گذاری کرد. در بعد اجتماعی، با ثبت ۹۰ درصد تأسیسات عاری از حادثه، ارائه بیش از ۲۰ هزار ساعت آموزش ایمنی، اهدای ۵۴۰ هزار دلار به بانک‌های غذای محلی و ثبت ۱۱۰۰ ساعت کار داوطلبانه کارکنان، فرهنگ ایمنی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نهادینه کرد. تمامی این اقدامات زیر چتر حاکمیت شفاف شرکتی با نظارت مستقیم هیأت مدیره بر اهداف پایداری و دریافت گواهینامه‌هایی چون ISO 14001 و عنوان «اخلاقی‌ترین شرکت‌های جهان» انجام شده است.

«سامسونگ الکترونیک» یکی دیگر از شرکت‌های خارجی مورد مطالعه در این گزارش است. این شرکت در گزارش پایداری ۲۰۲۳ خود، رویکردی جامع و محصول‌محور را در سراسر چرخه عمر محصولات دنبال کرده است که با دستاوردهای کمّی قابل توجهی همراه بوده است. در حوزه محیط زیست، این شرکت با راه‌اندازی استراتژی جدید خود در سپتامبر ۲۰۲۲، اهداف بلندپروازانه‌ای مانند دستیابی به کربن صفر تا ۲۰۵۰ و استفاده از صد در صد انرژی تجدیدپذیر را تعیین کرده و در سال ۲۰۲۲ موفق به کاهش ۱۰/۱۶میلیون تنی انتشار گازهای گلخانه‌ای، استفاده از ۹۸/۸۲۶ تن پلاستیک بازیافتی و جمع‌آوری ۶۰۰/۵۰۲ تن پسماند الکترونیکی شد. این شرکت با ایجاد زیرساخت‌هایی مانند آزمایشگاه اقتصاد چرخشی و مرکز علوم هوایی، بازیافت ۱۱۶/۵۹ میلیون تن آب و کسب گواهی پلاتین صفر، دفن زباله برای ۱۲ سایت تولیدی را نیز محقق کرده است. در بعد اجتماعی، سامسونگ با انتشار «اصول جهانی حقوق بشر» و آموزش ۹۶/۶ درصد کارکنان، پایه‌های مسئولیت‌پذیری را مستحکم کرده و با راه‌اندازی پلتفرم «The Universe» میزبان ۹/۱۴ میلیون دوره آموزشی بود. این شرکت با شفاف‌سازی شکاف دستمزد جنسیتی ۲۳ درصدی و افزایش سهم زنان در پست‌های مدیریتی به ۱۶/۹ درصد، تنوع و شمول را دنبال کرده و از طریق ۳۳ گروه منابع کارکنان، فضایی فراگیر برای بیش از ۵۲۰۰ کارمند ایجاد نمود. در زنجیره تأمین، ۶۲/۱ درصد تأمین‌کنندگان در بالاترین رده کیفی قرار گرفته و مبلغ ۱.۱۲۵.۷۳۴ دلار به ۱۶۴۹ کارگر مهاجر بازگردانده شد. کارکنان نیز با ثبت ۱/۰۲ میلیون ساعت کار داوطلبانه و برنامه «کارخانه هوشمند» به ۳۰۸۲ شرکت کوچک و متوسط کمک رساندند. نهایتاً، حاکمیت شرکتی قوی با نظارت هیأت مدیره و کمیته پایداری بر استراتژی‌های

کلان، همراه با سیستم یکپارچه گزارش‌دهی و رسیدگی به ۲۳,۸۴۰ مورد شکایت و عضویت در اتحادیه‌هایی مانند RBA، انطباق و اخلاق را در تمامی سطوح سازمان نهادینه کرده است.

۳. ابزارهای سیاستی تشویق بنگاه‌های صنعتی و معدنی به مسئولیت پذیری اجتماعی

با الگوبرداری از مطالعات تطبیقی، وزارت صمت از طریق ترکیب ابزارهای الزامی، حمایتی و ارشادی می‌تواند بنگاه‌ها را به سمت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سوق دهد. با این حال، اثربخشی این ابزارها منوط به هماهنگی بین‌دستگاهی و شفافیت در اجرا است. لازم به ذکر است که ابزارهای ارشادی عمدتاً بر ظرفیت‌سازی، فرهنگ‌سازی و ترغیب داوطلبانه تمرکز دارند. در قوانین فعلی ایران، نمونه‌های مؤثر این ابزارها مغفول مانده‌اند یا بسیار ضعیف اجرا می‌شوند. نکته قابل توجه در خصوص ابزارهای ارشادی آن است که این ابزارها باید در ارتباط با ابزارهای حمایتی مدنظر قرار گیرند. این ابزارها زمانی اثرگذار خواهند بود که از شعارزدگی به سمت الگوسازی عملی تغییر جهت دهند. همچنین، مبتنی بر نیازهای واقعی صنایع طراحی شوند و اعتماد ذینفعان (سرمایه‌گذار، جامعه محلی) را جلب کنند. این تغییر، مستلزم خروج از رویکرد «فوق‌بخشی» و حرکت به سمت «حکمرانی مشارکتی» با نقش‌آفرینی فعال بخش خصوصی و نهادهای علمی است. از جمله ظرفیت‌ها و ابزارهای موجود در حوزه اختیارات این وزارتخانه برای تشویق بنگاه‌های صنعتی و معدنی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱. ایجاد نهاد ناظر مستقل با اختیارات اجرایی در وزارتخانه.
۲. ایجاد چارچوب حقوقی شفاف: مقرراتی مانند «آیین‌نامه انتظام‌بخشی و شفاف‌سازی درآمدها و هزینه‌های شرکت‌های دولتی» و «ضوابط فنی اجرایی توسعه دولت الکترونیکی»، به بنگاه‌ها کمک می‌کند تا با بهبود گزارش‌دهی و شفافیت، اعتبار سازمانی خود را ارتقا بخشند.
۳. ایجاد مکانیسم‌های نظارتی و انگیزشی هوشمند، شامل:
- استاندارد اجباری گزارش‌دهی CSR)) و (ESG): الزام بنگاه‌ها به انتشار سالانه گزارش مبتنی بر چارچوب‌های جهانی (GRI) به‌عنوان شرط تمدید معافیت‌ها یا دریافت تسهیلات.
- رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی: اعطای امتیاز به بنگاه‌ها بر اساس شاخص‌های محیط‌زیستی (کاهش آلایندگی)، اجتماعی (اشتغال‌زایی زنان و آموزش محلی) و حاکمیتی (شفافیت مالی). بنگاه‌های برتر از تخفیف عوارض و مالیات یا اولویت در واگذاری پروژه‌های دولتی بهره‌مند شوند.

۴. استفاده از حمایت‌های غیرمالی هدفمند، شامل:
- تسهیل دسترسی به فناوری‌های سبز: کمک به تأمین مالی ارتقای فناوری‌های سبز در صنایع انرژی‌بر (مانند فولاد و سیمان).
- ایجاد پلتفرم‌های مشارکت اجتماع‌محور: به عنوان مثال، راه‌اندازی سامانه‌ای برای اتصال بنگاه‌ها به نیازهای محلی مناطق عملیاتی با تسهیل مالیات بر درآمد برای هزینه‌های این طرح‌ها.

۵. اتخاذ سیاست‌های بلندمدت حمایتی، از جمله شامل:
- معافیت‌های مالیاتی پلکانی: با منوط کردن تمدید معافیت‌ها به دستیابی به اهداف کیفی، نه صرفا اهداف کمّی.
- پیش‌بینی اوراق سبز: انتشار اوراق با نرخ سود ترجیحی برای تأمین مالی پروژه‌های محیط‌زیستی (پاکسازی پسماند و انرژی تجدیدپذیر).

۶. ایجاد بانک اطلاعات پروژه‌های موفق CSR.
۷. ترویج و اعطای نشان‌های اعتباربخش ملی بر اساس ارزیابی واقعی.
۸. حمایت از سکوهای نوآوری باز به منظور اتصال چالش‌های صنایع به استارت‌آپ‌ها و جامعه دانشگاهی و پژوهشی.
۹. ایجاد کمپین‌های اطلاع‌رسانی و آموزشی.
۱۰. الزام به رعایت الزامات مسئولیت اجتماعی در سراسر زنجیره ارزش بنگاه‌ها.
۱۱. الزام به حسابرسی مستقل گزارش‌های پایداری شرکت‌ها.

اصطلاحات

- Corporate Social Responsibility (CSR) = مسئولیت اجتماعی شرکتی
- Soft Law = قوانین نرم
- Grenelle II = قانون تکالیف مراقبتی

منابع

- Carroll, A. B. (1991), "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", Business horizons, 34(4), 39-48.
- International Standard ISO 26000, "Guidance on social responsibility", 1st ed 2010.