



## آیا شرکت‌های اقتصادی به تعهدات محیط‌زیستی خود پایبند هستند؟ مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها؛ بازی «برد-برد»!

نادیا کمالی<sup>۱\*</sup> و محمد فیاض<sup>۱</sup>

اجتماعی شرکت‌ها (Corporate Social Responsibility) است که در سال‌های اخیر در ایران و از مدت‌ها پیش در سطوح جهانی مورد توجه بوده است.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نگرشی ایجاد شده در دهه‌های اخیر بین جامعه و شرکت‌ها است؛ نگرشی که معتقد است شرکت‌های اقتصادی علاوه بر بالا بردن شاخص‌های اقتصادی موظف به انجام تعهداتی در مباحث اجتماعی و محیط‌زیستی هستند. این موضوع، حساسیت‌برانگیز و روبه‌توجه در ۶۰ سال اخیر بوده است تا آنجا که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند. بنیاد مدیریت کیفیت اروپا (European Foundation Quality Management) در مدل الگوی تعالی خود برای سازمان‌ها، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به‌عنوان یکی از ارزش‌های هشت‌گانه برای شرکت‌های مهم و اصلی طرف قرارداد خود معرفی می‌کند؛ همچنین، یکی از معیارهای نه‌گانه خود را برای ارزیابی شرکت‌ها، به این امر اختصاص داده و هشت‌درصد از امتیاز کل ارزیابی یک سازمان را برای این معیار قائل است.

از دهه ۹۰ میلادی و هم‌زمان با توسعه سیستم‌های مدیریتی مبتنی بر چهارچوب‌های مدیریتی مبتنی بر استانداردها و چهارچوب‌هایی مانند مدیریت کیفیت (ISO 9000)، مدیریت محیط‌زیست (ISO 14001)، پاسخ‌گویی اجتماعی (SA 8000)، مدیریت ایمنی و سلامت شغلی (OHSAS 18001) و مسئولیت اجتماعی (ISO 26000)، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به شکل امروزی آن شکل گرفت (Blackburn, 2007; Chaudhri, 2014). به عبارتی به معنی اخلاق کسب‌وکار است و به نقشی که شرکت‌ها در حوزه اجتماعی بر عهده دارند «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها» مربوط می‌شود. کارشناسان بازار بر این باورند که شرکت‌ها برای اینکه در کسب‌وکار خود موفق باشند باید مسئولیت

انسان در طول دوران حضورش در طبیعت، به‌دنبال عملکرد سودجویانه و تاحدودی ناآگاهانه خود، جهان و موجودات آن را تحت فشار شدیدی قرار داد. کاهش گونه‌های جانوری، گیاهی و دیگر موجودات زنده به‌دلیل آلودگی و نامساعد بودن محیط‌زیست، آلوده‌شدن رودخانه‌ها، دریاچه‌ها، آب‌های زیرزمینی، کاهش وسعت جنگل‌ها و از همه بدتر آلودگی هوا از مسائلی است که رؤیاهای توسعه‌ای انسان بر دامن طبیعت گستراند.

آنچه مسلم به‌نظر می‌رسد این است که دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی در طول سالیان حضور انسان در طبیعت با مسئله‌ای حادث‌تر از آنچه امروز در ارتباط با پدیده تغییر اقلیم و پیامدهای آن پیش رو دارند روبه‌رو نبوده‌اند؛ پدیده‌ای که به‌دلیل فعالیت‌های نادرست انسانی و افزایش میزان گازهای گلخانه‌ای ایجاد شده و پیامدهای متعددی از جمله، افزایش دمای کره زمین، تغییر الگوهای آب‌وهوایی، ذوب‌شدن پوشش یخی و بالا آمدن سطح آب اقیانوس‌ها، از بین رفتن و در معرض تهدید قرار گرفتن حیات گیاهی و جانوری اکوسیستم‌های خاکی، اسیدی شدن آب اقیانوس‌ها و تهدید حیات و بقای موجودات آبی و تشدید بسیاری از رویدادهای اقلیمی از قبیل باران‌های شدید و توفان‌های مهیب را به‌دنبال داشته است. علاوه بر تمام تغییرات یادشده خشکسالی‌های شدید، انقراض گونه‌های گیاهی و جانوری، کاهش سطح سفره‌های زیرزمینی و آب آشامیدنی، افزایش تعداد و تنوع آفات کشاورزی، جنگلی و مرتعی، از بین رفتن امنیت غذایی و بروز قطعی و درپی آن ناهنجاری‌های اجتماعی را نیز پدیدار شده‌اند (Allen and Craig, 2016).

رفع تنگناهای موجود بدون مشارکت جمعی امری غیرممکن و دست‌نیافتنی است. یکی از ظرفیت‌های مهم برای رفع این مشکلات استفاده از منابع مالی و حمایت و پشتیبانی شرکت‌های اقتصادی تحت‌عنوان دو مسئولیت

\*- استادیار پژوهش، مؤسسه تحقیقات جنگلها و مراتع کشور، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران  
پست الکترونیک: kamali@riff-ac.ir

۱- استادیار پژوهش، مؤسسه تحقیقات جنگلها و مراتع کشور، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران



کارشناسان مد شدن گواهی‌نامه‌های کیفیت محیط‌زیستی و نیز گواهی‌نامه‌های تعالی سازمانی، این مفهوم در فرایندهای مدیریتی شرکت‌ها جای گرفت. دریافت این گواهی‌نامه‌ها علاوه بر اینکه شرکت‌ها را به سمت بهره‌وری بیشتر سوق می‌داد، برای شرکت‌ها مزیت رقابتی نیز ایجاد می‌کرد. شاید نیاز صنعتگران ایرانی به پیدا کردن شریک خارجی یکی از دلایل عمده حرکت صنایع به سمت مفهوم امروزی و مدرن مسئولیت اجتماعی آنها باشد که می‌توان آن را در قالب گواهی‌نامه‌های EFQM و تعالی سازمانی دید. در چند سال اخیر عواملی چون آزادی فضای اقتصادی و رقابتی‌تر شدن برخی صنایع موجب شده که شرکت‌ها به مقولاتی چون مسئولیت در قبال کارکنان، مصرف‌کنندگان، جامعه و

**کارشناسان بازار بر این باورند که شرکت‌ها برای اینکه در کسب‌وکار خود موفق باشند باید مسئولیت خود را در قبال جامعه و محیط‌زیست و تمام کسانی که تحت تأثیر فعالیت‌های سازمان قرار می‌گیرند رعایت کنند.**

محیط‌زیست توجه کرده و در برنامه‌ها و فعالیت‌های خود منافع این ذی‌نفعان را لحاظ کنند. با توجه به ناچیز بودن بودجه‌های اختصاص یافته به بخش پژوهش و وجود ۵۰ هزار شرکت ثبت شده در کشور که تعداد ۵۰۰ شرکت اقتصادی قوی در میان این شرکت‌ها وجود دارد، (روزنامه اقتصاد، ۱۳۹۳)، این شرکت‌ها می‌توانند در راستای انجام تعهدات خود در قبال محیط‌زیست سالانه مبلغی را به پژوهش‌های محیط‌زیستی و بعد از آن به طرح‌های اجرایی در جهت حفظ

خود را در قبال جامعه و محیط‌زیست و تمام کسانی که تحت تأثیر فعالیت‌های سازمان قرار می‌گیرند بپذیرند. در فضای کنونی اقتصاد ایران که بارقه‌های امیدی از رشد بخش خصوصی و توجه به صاحبان سرمایه در آن به چشم می‌خورد، مجموعه‌ای از مدیران بخش خصوصی و اعضای تشکلهای صنعتی نیز در سال‌های گذشته با تأکید و ضرورت توجه به اجرای پروژه‌هایی در راستای مسئولیت و تعهد اجتماعی از سوی شرکت‌ها، توجه بیشتر شرکت‌های خصوصی به این مقوله را خنثی‌کننده دیدگاه‌های افراطی بدبینانه نسبت به سرمایه و سرمایه‌داری دانسته‌اند. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران در سال‌های اخیر توسط صاحبان صنایع و بخش خصوصی، سازمان‌های

غیردولتی و روشن‌فکران و دانشگاهیان مطرح گردیده است. برگزاری اولین کنفرانس مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توسط برخی تشکلهای صنعتی چون اتاق بازرگانی، کنفدراسیون صنعت، برخی از شرکت‌های خصوصی و نیز سازمان‌های غیردولتی، نقطه آغازی در زمینه مطرح کردن مفهوم و ادبیات این موضوع در ایران بود. از طرف دیگر شدت یافتن فضای رقابتی برای برخی صاحبان صنایع باعث شد که بسیاری از شرکت‌های برتر ایرانی به این مفهوم در فرایندهای مدیریتی خود توجه کنند. با مطرح شدن و به اعتقاد برخی



واحیای عرصه‌های طبیعی کشور از جمله جنگل‌ها و مراتع اختصاص دهند. گرچه در ظاهر این‌گونه به نظر می‌رسد که شرکت‌های یاد شده در بخش‌های محیط‌زیستی کشور صرف هزینه می‌کنند، اما در واقع نوعی سرمایه‌گذاری به‌شمار می‌رود، زیرا با توجه به حساسیت‌های اجتماعی و افزایش آگاهی مردم نسبت به مسائل محیط‌زیستی، مردم از نهادها، شرکت‌ها و دستگاه‌هایی که در حوزه محیط‌زیست فعالیت می‌کنند پشتیبانی کرده و با اقبال عمومی مواجه هستند.

آنچه در مسایل محیط‌زیستی مورد توجه تعهدنامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های اقتصادی است طیف وسیعی از فعالیت‌های اجرایی و پژوهشی از جمله موارد زیر را شامل می‌شود:

- استفاده مطلوب از منابع طبیعی
- کاهش تولید مواد زائد
- رفع آلودگی‌های محیط‌زیستی
- توسعه فناوری‌های سبز و پایداری‌های منابع
- حمایت و پشتیبانی از طرح‌های تحقیقاتی و اجرایی در زمینه حفاظت از عرصه‌های طبیعی (جنگل‌ها و مراتع)

از جمله کارهای محیط‌زیستی انجام‌شده توسط شرکت‌های اقتصادی در زمینه کارهای محیط‌زیست می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- از جمله پروژه‌های موفق در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همکاری مؤثر شرکت مخابراتی همراه اول با باغ گیاه‌شناسی ملی ایران در جهت معرفی این باغ به دوستان طبیعت، تشویق مشترکین همراه اول به بازدید از باغ گیاه‌شناسی ملی از طریق اهدای بلیط

رایگان بازدید برای مشترکین خوش حساب، شرکت در پروژه‌های کشت درختان با حذف قبض کاغذی است که ضمن معرفی خود به‌عنوان یک بنگاه اقتصادی دوستدار طبیعت، دین خود را به محیط‌زیست کشور ادا کرده است. - از دیگر همکاری‌های مؤثر در این زمینه می‌توان به قبول سرپرستی ۱۳۹۶ بذر از گونه‌های گیاهی در حال انقراض کشور از بذره‌ای موجود در بانک ژن منابع طبیعی ایران وابسته به مؤسسه تحقیقات

جنگل‌ها و مراتع کشور توسط گروه صنعتی ایران خودرو در سال ۱۳۹۶ اشاره کرد که با هدف حمایت از محیط‌زیست کشور و در جهت پرداخت مالیات سبز انجام شد.

- در سال ۱۳۹۳ صندوقی تحت عنوان صندوق ملی محیط‌زیست به‌عنوان یک نهاد عمومی غیردولتی وابسته به سازمان حفاظت محیط‌زیست فعالیت خود را در جهت کمک به تقلیل آلاینده‌های محیط‌زیستی، جلوگیری از تخریب محیط‌زیست و حفظ و حمایت از آن و به‌منظور حفاظت، احیا و بهره‌برداری پایدار از محیط‌زیست، منابع طبیعی و تنوع زیستی آغاز کرد که تا به امروز تعداد قابل توجهی از شرکت‌های اقتصادی در قبال مسئولیت محیط‌زیستی خود، تبلیغات مؤثر، پرداخت مالیات سبز، پرداخت جرایم مربوط به تولید آلودگی و کمک به حفظ و حمایت از محیط‌زیست کشور به همکاری با این صندوق پرداخته‌اند. - در سال ۲۰۱۵، مدیران ارشد ۴۳ شرکت بزرگ که هدایت فعالیت‌های اقتصادی ۱۵۰ کشور را برعهده داشتند به‌همراه انجمن جهانی اقتصاد (World Economic Forum) جلسه‌ای مبنی بر ارائه راهکارهایی جهت کمک و حمایت اقتصادی از محیط‌زیست کره زمین در مقابل تأثیرات تغییر اقلیم تشکیل داده و تصمیم به حمایت همه‌جانبه از عرصه‌های طبیعی جهان در مقابله با تغییرات اقلیم گرفتند (Allen and Craig, 2016; Craig, 2016).

- شرکت زکیم، این شرکت، تولید کننده‌ای پیشرو در زمینه مواد غذایی ارگانیک در مصر است که در سال ۱۹۷۷ تأسیس شده است. بازیابی و احیای زمین‌های بیابانی از طریق شیوه‌های کشاورزی ارگانیک، تولید مواد غذایی ارگانیک برای بازارهای محلی و سرمایه‌گذاری مجدد سود شرکت در انجام احیا و اصلاح اراضی طبیعی از فعالیت این شرکت در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است.

- چهار شرکت میکروسافت، والت‌دیسنی، گوگل و بی‌ام‌دابلو بیشترین شهرت را در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی دارا هستند. همچنین بنابر گزارش فوربس، شش شرکت بعدی که در میان ده شرکت برتر قرار گرفتند به‌ترتیب عبارت بودند از: دایملر، سونی، اینتل، فولکس‌واگن، اپل و نستله. این گزارش همچنین نشان می‌دهد که ۷۳ درصد از مصرف‌کنندگان در جهان تمایل دارند شرکت‌هایی که در زمینه مسئولیت اجتماعی و محیط‌زیستی شهره هستند را به دیگران توصیه کنند.

- در سال ۲۰۰۸ میلادی، شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای وال‌مارت، کمپنی راه‌اندازی کرد که مشتریان، کارهای حمایت از

**افزایش میزان گازه‌ای گلخانه‌ای، افزایش تغییرات شدید اقلیمی را به دنبال داشته است، این تغییرات می‌تواند زندگی در بسیاری از کشورهای کره زمین را دچار مخاطره کند، در این میان بحث تجارت کربن و معاهدات بین‌المللی می‌تواند به‌عنوان فرصت و یا تهدیدی برای تمام کشورها از جمله ایران به‌شمار رود.**

محیط‌زیست (ECO-FRIENDLY) خود را مطرح می‌کردند و به آن شخصی که بهترین کار را انجام داده بود، جایزه تعلق می‌گرفت. در سال ۱۳۹۳ مجلس شورای اسلامی قانونی را تصویب کرد که به موجب آن یک درصد از اعتبارات تخصیص یافته هزینه‌های دستگاه‌های اجرایی طبق اولویت‌هایی که شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری (عتف) مصوب و ابلاغ می‌کند، صرف امور پژوهش و فناوری خواهد شد. به نظر می‌رسد راهکاری مشابه برای تبدیل مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به قانون و الزام آنها به رعایت چنین قانونی می‌تواند به کاهش آثار سوء محیط‌زیستی فعالیت‌های اقتصادی بینجامد.

### محرك‌های پایبندی به مسئولیت اجتماعی

دولت‌ها در صورتی که مصمم به رعایت اصول محیط‌زیستی و بهبود شرایط از طریق الزامات مسئولیت‌های مدنی توسط شرکت‌ها باشند، می‌توانند از طریق در نظر گرفتن مشوق‌های مختلف از جمله مشوق‌های ذیل شرکت‌ها را در جهت اجرای سیاست‌های مورد نظر سوق دهند:

- تخصیص معافیت مالیاتی معادل بخشی از هزینه‌های انجام شده در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی
- ارائه تسهیلات مالی و زیرساختی
- در اولویت قراردادن شرکت‌های فعال در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی برای واگذاری قراردادهای آتی
- این قبیل مشوق‌ها نه تنها باعث رونق کسب‌وکار شرکت‌ها خواهد شد، بلکه باعث بالارفتن ارزش سهام این شرکت‌ها به دلیل ثبات به وجود آمده در کسب‌وکار و رونق پیش‌روی اقتصاد این شرکت‌ها می‌شود که از دو جهت حائز اهمیت است؛ ابتدا اینکه باعث روی آوردن شرکت‌ها به سمت اجرای سیاست‌های مسئولیت اجتماعی خواهد شد و سپس باعث گسترش کسب‌وکار شرکت‌هایی می‌شود که در عمل پایبند به تعهدات اخلاقی مسئولیت‌های اجتماعی هستند.

### تبعات پایبند نبودن به مسئولیت اجتماعی

عمل به وظایف اخلاقی شرکت‌ها در قبال مسئولیت اجتماعی که شامل تلاش در جهت ارتقای سطح اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیط‌زیستی است، نه تنها باعث بالارفتن سطح زندگی از جهات ذکر شده در محیط پیرامونی شرکت‌ها خواهد شد، بلکه به واسطه هم‌افزایی بین مجموعه صنایع و بنگاه‌های اقتصادی، محیط‌زیست زمین را که اکنون با سرعت بالایی به سمت بحران پیش می‌رود، از خطر نابودی نجات خواهد داد. در مقابل، پایبند نبودن به تعهدات اخلاقی شرکت‌ها در قبال مسئولیت اجتماعی پیامدهای غیر قابل جبرانی را به دنبال خواهد داشت.

موتور محرکه صنایع سوخت‌های فسیلی است و حاصل مصرف سوخت‌های فسیلی، افزایش آلاینده‌های جوی، دمای زمین، آلاینده‌های منابع مختلف آب و خاک است. جایگزین نشدن

سوخت‌های فسیلی با منابع انرژی تجدیدپذیر و رعایت نکردن استانداردهای محیط‌زیستی به خصوص در کشورهای روبه توسعه، شدت تخریب محیط‌زیست را به صورت تصاعدی افزایش خواهد داد. از دیگر خصایص هر صنعتی، مصرف آب است که علاوه بر مصرف منابع محدود آبی، باعث تولید آلاینده‌های منابع آبی و خاکی به صورت انواع فاضلاب‌های صنعتی و غیرصنعتی و بهداشتی است. تبعات جبران‌ناپذیر مصرف منابع آبی موجود در خشکی و حتی دریا‌های شور و تبدیل آنها به فاضلاب و بازگرداندن به چرخه طبیعت بدون در نظر گرفتن جوانب آن، گونه‌های مختلف جانداران خشکی، دریایی و گیاهان را در کوتاه‌مدت از بین برده و در صورت بازگرداندن فاضلاب‌های صنایع به دریاها و دریاچه‌ها، رشد انواع جلبک‌ها و تبع آن مصرف اکسیژن آب، کاهش منابع غذایی موجود در آب‌ها و مرگ‌ومیر و کاهش آبزیان را به دنبال خواهد داشت.

انتشار گازهای ناشی از احتراق در مشعل‌ها و دودکش‌های صنایع مختلف باعث کوچ پرندگان از محیط زندگی خود و مرگ‌ومیر آنها شده و حضور گازهای خروجی از مشعل‌ها در جو باعث بارش باران‌های اسیدی در محیط‌های صنعتی می‌شود که پیامدهای آن علاوه بر از بین رفتن پوشش گیاهی مناطق صنعتی، باعث نفوذ آب‌های آلوده به منابع آبی زیرزمینی و از بین رفتن منابع تغذیه دام‌ها و سایر چهارپایان و در نهایت انسان خواهد بود.

افزایش میزان گازهای گلخانه‌ای، افزایش تغییرات شدید اقلیمی را به دنبال داشته است. این تغییرات می‌تواند زندگی در بسیاری از کشورهای کره زمین را دچار مخاطره کند. در این میان بحث تجارت کربن و معاهدات بین‌المللی می‌تواند به عنوان فرصت یا تهدیدی برای تمام کشورها از جمله ایران به‌شمار رود.

### منابع

روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۳. شماره روزنامه، ۳۴۲۱. شماره خبر، ۸۶۱۱۰۴.

Allen, M.W. and Craig, C. A., 2016. Rethinking corporate social responsibility in the age of climate change: a communication perspective. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1): 2-11.

Blackburn, W. R., 2007. *The sustainability handbook: the complete management guide to achieving social, economic and environmental responsibility*. London: Earthscan. 789p.

Chaudhri, V., 2014. Corporate Social Responsibility and the Communication Imperative Perspectives from CSR Managers. *International Journal of Business Communication*, 53(4): 419-442.

Craig, C.A., 2016. Energy consumption, energy efficiency, and consumer perceptions: a case study for the Southeast United States. *Applied Energy*. 164p. (In press).